



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

FELIPE PARAGUASSU

**LOGÍSTICA DE EVENTOS ESPORTIVOS: Um estudo de  
caso do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de  
2016**

Brasília – DF

2016

FELIPE PARAGUASSU

**LOGÍSTICA DE EVENTOS ESPORTIVOS: Um estudo de  
caso do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de  
2016**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de  
Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

Professora Orientadora: Dra. Patrícia Guarnieri.

Brasília – DF  
2016

Paraguassu, Felipe Giuliani de Couto

Logística de eventos esportivos: Um estudo de caso do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de 2016 / Felipe Giuliani de Couto Paraguassu. – Brasília, 2016  
79 f.: il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2016.

Orientador: Prof. Dra. Patrícia Guarnieri, Departamento de Administração.

1. Logística de eventos esportivos. 2. Níveis de serviço.  
3. Fases de um evento esportivo de Jiu Jitsu. I. Título

**FELIPE PARAGUASSU**

**LOGÍSTICA DE EVENTOS ESPORTIVOS: Um estudo de  
caso do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de  
2016**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de  
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do  
aluno

**Felipe Giuliani de Couto Paraguassu**

Doutora, Patrícia Guarnieri  
Professor-Orientador

Mestre, Olinda Gomes Lesses  
Professor-Avaliador

Doutor, Edgar Reyes Junior  
Professor-Avaliador

Brasília, 01 de julho de 2016

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, pela oportunidade de me permitir fazer parte de uma universidade que me abraçou durante os melhores anos da minha vida até agora, além do agradecimento pela minha saúde física e mental, o que me permitiu concluir esse trabalho da forma satisfatória. Agradeço-o também por ter dado a mim e a minha família a oportunidade de alcançar o estudo, o que é um privilégio dentro de um país ainda tão desigual quanto sua dimensão territorial.

À UnB, minha casa, que me proporcionou, cotidianamente, o prazer e o desprazer de fazer parte de um abrigo de sonhos, lugar plural, respeitoso, livre e louco, o que foi fundamental para a construção da pessoa que sou hoje. Agradeço-a também, porque foi através dela, que pude vivenciar o paradoxal sentimento entre a doçura de um amor incondicional pelo que a UnB é e pelos simples prazeres que uma caminhada pelo ICC pode me proporcionar e a amargura e raiva pelos problemas que impedem a UnB e meu departamento de atingir o nível de excelência que merecem.

Aos meus pais, fica a gratidão e a admiração, por ainda não ser capaz de entender, como um ser humano pode ser capaz de amar o outro de forma infinita e irracional como eu venho sendo amado desde quando nasci. À minha mãe, por todo o tempo que empregou me ajudando, exaustivamente, em revisões, me motivando e me dando uma força que eu não tinha para terminar um trabalho e uma fase ingrata na vida de qualquer universitário empreendedor que nunca foi capaz de ver o seu lugar em uma academia de modelos tão rígidos e atrasados.

À minha orientadora, que fez mais do que podia para me proporcionar um dos marcos mais felizes da minha vida. Pela paciência, pelo tato e pelo cuidado em lidar com uma pessoa que abusou muito do seu bom senso e por ser ainda uma luz e um norte para muitos estudantes do departamento de Administração da UnB que te admiram, contam contigo e torcem por ti.

A todos os projetos em que me envolvi com tudo que tinha, de todo o coração e que contribuíram ativamente para a minha formação profissional até agora, em especial ao movimento de empresas juniores através da extinta Capital Jr. e da AD&M, ao movimento atlético e a Atlética de Administração da UnB, a AIESEC em Brasília e a AIESEC Brasil, bem como ao prêmio Hult,

pela participação na final regional de São Francisco em 2013.

À Influenza Produções, na figura de cada amado integrante, lugar onde trabalho hoje, que me proporcionou um verdadeiro resgate da melhor parte de mim além de ter me proporcionado toda coragem necessária para me lançar na vida empreendedora.

Agradeço também a minha doce e paciente namorada, Laryssa Rezende Faria, por todo carinho, companheirismo e por me fortalecer nos momentos cruciais desse trabalho.

## RESUMO

Procurar compreender e identificar os níveis de serviço logístico que melhor satisfaçam as necessidades dos clientes é um atributo cada vez mais essencial na relação cliente e empresa. Como em todo evento, os eventos esportivos também são alvo de expectativas tanto da parte de quem organiza quanto da parte de quem recebe estes serviços. O objetivo desta pesquisa é analisar a organização e a percepção do público e atletas em relação à logística do Campeonato Brasiliense de Jiu Jitsu No-Gi de 2016. Por meio de uma pesquisa aplicada, descritiva e quantitativa, cujo procedimento técnico foi o estudo de caso, foi realizado uma análise das fases que compõem os elementos dos níveis de serviço, verificando as diferenças ou pontos de convergência na abordagem da logística de eventos com a percepção do público – expectadores/atletas. O principal instrumento de coleta de dados foi o questionário com perguntas fechadas, aplicada presencialmente aos participantes do evento, no dia da competição, também foi realizada a observação direta a fim de complementar os resultados. A amostra se caracteriza como não-probabilística e por acessibilidade. Os dados foram analisados por meio da estatística descritiva, com base nas frequências das respostas. Com base nos resultados obtidos, conclui-se que: a) A preocupação com a preservação ambiental, através de coleta seletiva e adequada destinação dos resíduos produzidos é muito valorizada pelo cliente; b) A valorização do cliente, através de ações que premiem a sua participação e que tornem a sua experiência mais rica, são fatores que geram uma fidelização do mesmo; c) Dar visibilidade e atenção à avaliação do cliente sobre os níveis de serviço ofertados gera parcerias e possível aumento nos lucros. Os resultados demonstram que a empresa alvo deste estudo carece de uma ação reflexiva que a leve a compreender melhor a importância dos níveis de serviço na relação com os seus clientes, de modo a promover eventos com mais qualidade.

**Palavras-chave:** Nível de serviço; Logística; Logística de Eventos; Eventos esportivos; Jiu Jitsu.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mix de serviços.....	23
Figura 2 – Classificação de eventos.....	24
Figura 3 – Fases do nível de serviço logístico .....	25
Figura 4 – Incremento do nível de serviço.....	26
Figura 5 – Pré-Transação: Média para Nível de Serviço.....	41
Figura 6 – Transação; Média para Nível de Serviço.....	46
Figura 7 – Pós-Transação: Média para Nível de Serviço.....	52



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Escala de frequência.....	30
Tabela 2 – Perfil da amostra 1.....	35
Tabela 3 – Perfil da amostra 2.....	37
Tabela 4 – Pré-Transação: Nível de serviço.....	38
Tabela 5 – Transação: Nível de serviço.....	42
Tabela 6 – Pós-Transação: Nível de serviço.....	48

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CSCMP – *Council of Supply Chain Management Professionals*

FIFA – *Fédération Internationale de Football Association*

FJJB – Federação de Jiu Jitsu de Brasília

GCS – Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos

MMA – *Mixed Martial Arts*

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SESC – Serviço Social do Comércio

SESI – Serviço Social da Indústria

UFC – *Ultimate Fighting Championship*

No-Gi – Sem kimono

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	Formulação do problema .....	12
1.2	Objetivo Geral .....	13
1.3	Objetivos Específicos.....	13
1.4	Justificativa .....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO .....	16
2.1	Importância e evolução da logística .....	16
2.2	Conceito de Logística.....	19
2.3	Logística de Eventos Esportivos .....	21
2.4	Nível de Serviço Logístico.....	25
2.4.1	Administração do Nível de Serviço .....	28
2.4.2	Determinando o Serviço Desejado .....	28
2.4.3	Fixação de uma Política de Serviço.....	30
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	31
3.1	Descrição Geral da Pesquisa.....	31
3.2	Caracterização do Objeto de Estudo .....	32
3.3	Instrumentos de Coleta de Dados e Análise dos Dados .....	33
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	36
4.1	Caracterização dos Respondentes .....	36
4.2	Discussão dos Resultados.....	39
4.2.1	Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de pré-transação .....	39
4.2.2	Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de pré-transação .....	43

4.2.3	Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de pré-transação .....	49
5	CONCLUSÃO .....	54
	REFERÊNCIAS.....	58
	APÊNDICE .....	66
	Apêndice A – Instrumento de Pesquisa .....	66

# 1 INTRODUÇÃO

A realização contínua de eventos nacionais e internacionais vem transformando Brasília na capital do esporte. Durante todo o ano, a cidade tem sediado importantes acontecimentos que vem contribuindo para inserir o Distrito Federal na rota dos grandes eventos esportivos.

A realização de eventos na cidade passou a oferecer lazer de qualidade à população e ao mesmo tempo, está movimentando a economia local e gerando empregos. Brasília tem sediado a Fórmula Náutica – evento internacional de lanchas em alta velocidade: a *Stock Car*, Copa das Confederações; a Liga mundial de Vôlei; os Jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol; o Campeonato de MMA; o *Gymnasiade* – evento multiesportivo organizado pela Federação Internacional do Desporto Escolar (ISF), com a participação de jovens de 13 a 17 anos, nas modalidades de atletismo, ginástica artística, ginástica rítmica, natação, judô, karatê e xadrez; além dos Jogos da Copa do Mundo de 2014.

Para o semestre que se inicia, Brasília continuará no circuito mundial de competições esportivas recebendo vários jogos de um dos maiores eventos esportivos do planeta: os Jogos Olímpicos 2016. Ainda se configura como candidata a receber as lutas do UFC – *Ultimate Fighting Championship* e o Universiade 2017, jogos universitários considerado o terceiro maior evento esportivo do mundo. Em julho de 2016 sediou o campeonato brasiliense de Jiu Jitsu No-Gi, foco do presente estudo. As competições de Jiu Jitsu, ainda acontecem de forma muito tímida, somente como eventos promovidos pelas Federações Estaduais e pela Confederação Brasileira, porque este ainda não é reconhecido como um esporte e sim como uma modalidade de luta. O Jiu Jitsu é conhecido como arte suave porque é uma arte onde um oponente mesmo sendo menor e mais fraco deve ser capaz de, com a técnica, se defender utilizando-se de chave e alavancas. A tradução da palavra Ju significa suavidade, brandura, leveza, enquanto Jutsu significa técnica, arte. O Jiu-Jitsu tem algumas grafias diferentes como jujutsu e ju-jitsu e neste trabalho usarei a

grafia Jiu Jitsu. Nesta pesquisa será estudado um campeonato de Jiu Jitsu No-Gi, uma modalidade onde não se usa o kimono.

A estratégia de estimular o crescimento econômico em determinadas localidades e regiões com a promoção de grandes eventos de diferentes tipos, especialmente os esportivos, é recente. Esta crescente oferta de eventos, além de trazer mais visibilidade ao país, incrementa o turismo mantém a economia aquecida, promove o desenvolvimento social, a melhoria da infraestrutura de transportes e centros esportivos, uma maior qualidade em uma série de ações, produtos e serviços necessários para suprir a crescente demanda por serviços logísticos que atendam as necessidades e expectativas dos clientes.

Para Ferreira e Oliveira (2015) os serviços ao cliente, quando utilizados de forma eficaz, constituem uma variável de suma importância que pode ter impacto significativo na criação de demanda e na manutenção da fidelidade do cliente. Neste ambiente competitivo, as empresas e organizações tentam encontrar formas estratégicas de atender seus clientes. Segundo Silva e Colenci (1997) a logística exerce sua função, administrando o fluxo de produtos, serviços e informações, de maneira eficiente, fidelizando o consumidor e tornando melhor todo o funcionamento da sua cadeia de suprimentos.

Os eventos esportivos de Jiu Jitsu, como qualquer outro serviço oferecido a consumidores exigentes, necessitam de uma logística eficiente. Apesar dos estudos sobre logística estarem mais concentrados em empresas comerciais ou industriais que lidam com produtos palpáveis, os eventos são produzidos em uma rede de processos que também exige uma eficiente gestão do fluxo de bens, serviços e informações, para que se atinja a expectativa do público.:

## **1.1 Formulação do problema**

Com a crescente necessidade de produções cada vez mais complexas e com o intuito de satisfazer as necessidades de um público cada vez mais exigente, o Jiu Jitsu de competição, ao longo dos anos, vem se desenvolvendo

cada vez mais, seja em relação aos níveis técnicos da arte apresentada pelos atletas, seja em relação ao nível das produções realizadas.

Assim, exige-se uma excelência no desempenho de serviços logísticos para o atendimento desse público. Para que esse nível de serviço logístico seja atingido, as produtoras, federações e empresários, devem dominar o conhecimento sobre os seus fluxos de trabalho a fim de garantir menores custos e eliminar ineficiências, de forma a aumentar o valor dos serviços e da experiência promovida aos atletas, públicos e entusiastas do Jiu Jitsu brasileiro.

Sendo assim, essa pesquisa visa trazer luz a seguinte questão: qual foi a percepção do serviço logístico do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de 2016.

## **1.2 Objetivo Geral**

Analisar a organização e a percepção do público e atletas em relação a logística do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de 2016.

## **1.3 Objetivos Específicos**

- Identificar a estrutura logística de um evento esportivo;
- Analisar os elementos de pré-transação do serviço logístico de um campeonato;
- Analisar os elementos de transação do serviço logístico de um campeonato;
- Analisar os elementos de pós-transação do serviço logístico de um campeonato.

## 1.4 Justificativa

Comumente, no que tange aos estudos sobre logística, tem-se a naturalidade de as pesquisas e estudos serem direcionados ao mercado de bens de consumo, encontrando-se um grande espaço para produções acadêmicas que tenham serviços como foco de análise e estudo. O esporte, mais especificadamente o Jiu Jitsu, ainda é um assunto pouco explorado, seja nos variados campos de análise que poderia se enquadrar como objeto de estudo tal qual em matérias de nutrição, medicina, educação física e outros. Na revisão da literatura, não foram encontrados trabalhos que abordem a análise logística de eventos esportivos aplicados ao Jiu Jitsu, como campeonatos, objeto de estudo do presente trabalho. Assim, se entende que esse estudo possui relevância para o desenvolvimento do esporte através do aprimoramento da gestão de serviços de alta qualidade nas competições esportivas de Jiu Jitsu.

Ainda com base nessa limitação de estudo do Jiu Jitsu, como negócio, é animador observar que alguns autores se dedicam a análise da arte suave no que diz respeito a aspectos ligados a saúde do corpo. Brasil et al. (2015) comparou o equilíbrio dinâmico entre praticantes de Jiu Jitsu com diferentes níveis de experiência. Mazzoccante et al. (2015) afirma em seu estudo que o período do dia em que o atleta ou praticante se submete a sessões de exercícios combinados no Jiu Jitsu afeta uma resposta da pressão arterial ao longo do dia. Báez et al. (2014), apresenta as características antropométricas em atletas de Jiu Jitsu de alto nível ajudando na seleção de atletas e na preparação de melhores programas de treinos. Por fim, Bartholomeu et al. (2014) nos evidencia um estudo sobre o CSAI-2, o estado de ansiedade pré-competitiva e ansiedade, tendo também como objeto de estudo atletas de Jiu Jitsu.

Além da clara evidência do completo foco do estudo do Jiu Jitsu apenas como arte esportiva, encontra-se também a limitação em relação a análise de logística de eventos esportivos, uma vez que esse estudo se limita a análise de grandes eventos como olimpíadas e copa do mundo. Assim, destaca-se o



estudo de Barros (2008) que apresenta um sistema de avaliação de impactos tendo como objeto de estudo mega-eventos esportivos, no sentido que o crescente interesse por esse tipo de evento levanta questões que alimentam a dualidade dos custos contra os benefícios que eventos dessa magnitude podem trazer. Tranchitella (2013), traz como objetivo da sua dissertação de mestrado estudar o gerenciamento de riscos em eventos esportivos, estuda o caso das corridas de rua. Albuquerque (2013) estuda a logística de eventos musicais, analisando a perspectiva do público e dos organizadores do Distrito Federal.

Com o desenvolvimento da logística e esse sendo associado, com uma maior frequência, aos serviços que dela fazem parte, esta passa a ser essencial na entrega de qualidade, da forma acordada, no custo esperado, com um preço que o cliente está disposto a dispende, com prazo e local tipificado, tal qual afirma Razollini (2001). Logo, o julgamento a cerca do serviço entregue não pode ser desvinculado da importância e da percepção do consumidor, segundo Tontini (2010).

Por todos esses motivos, faz-se necessário analisar a estrutura da logística de um evento esportivo, sendo o campo de análise, nesse caso, limitado ao Jiu Jitsu. Assim, esse trabalho visa preencher a carência acadêmica que une tanto a análise da logística de eventos esportivos com o aspecto do Jiu Jitsu competitivo como campo de estudo da Administração. Sendo o esporte o maior beneficiado à medida que o estudo contribui para melhorias diretas na entrega de níveis de serviço cada vez maiores.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: O capítulo 1 apresenta a contextualização do tema abordado, o problema de pesquisa, objetivos geral e específicos e justificativa. O capítulo 2 apresenta a revisão da literatura sobre logística, logística de eventos e nível de serviço logístico. O capítulo 3 apresenta os métodos e técnicas utilizados na pesquisa. O capítulo 4 apresenta os resultados e sua discussão. Enfim, o capítulo 5 apresenta as considerações finais, limitações do estudo e sugestões para estudos futuros.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Importância e evolução da logística

Inicialmente a expressão logística foi desenvolvida pelas atividades militares, com o intuito de estabelecer estratégias de abastecimento das tropas nas frentes de batalha sem que falte nenhum objeto estritamente necessário para o exército (GONÇALVES, 2001).

A logística empresarial estuda como a administração pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controle efetivos para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos. A Logística é um assunto vital. É um fato econômico que tanto os recursos quanto os seus consumidores estão espalhados numa ampla área geográfica. Além disso, os consumidores não residem se é que alguma vez o fizeram, próximos donde os bens ou produtos estão localizados. Este é o lema enfrentado pela Logística: diminuir o hiato entre a produção e a demanda, de o que os consumidores tenham bens e serviços quando e onde quiserem, e na condição física que desejarem (BALLOU, 1993; p. 17).

De acordo com o autor não poderia faltar as munições, armamentos, vestuários, alimentos e medicamentos na quantidade e momento corretos, pois não seria conveniente ter acesso a todos estes recursos após o combate com os inimigos.

Durante muitas Guerras o Sistema Logístico foi utilizado pelo exército, sendo responsável pelas estratégias e a retaguarda. As principais funções da logística estão relacionadas aos planejamentos militares que buscava analisar os pontos fortes e fracos dos inimigos, programação das equipes de apoio quanto ao abastecimento técnico e suprimentos, movimentação e localização das tropas, além da definição das frentes de batalha (BALLOU, 1993).

Na sua origem, o conceito de Logística estava essencialmente ligado às operações militares. Ao decidir avançar suas tropas seguindo uma determinada estratégia militar, os generais precisavam ter, sob suas ordens, uma equipe que providenciasse o deslocamento, na hora certa, de munição, víveres,

equipamentos e socorro médico para o campo de batalha. Por se tratar de um serviço de apoio, sem o glamour da estratégia bélica e sem o prestígio das batalhas ganhas, os grupos logísticos militares trabalhavam quase sempre em silêncio (NOVAES; 2004; p. 31).

Conforme explicação de Ballou (1993), ao longo da história o exército sempre teve uma postura disciplinar e hierárquica extremamente rígida, provavelmente este tenha sido o grande motivo para o sucesso da Logística, que possui uma característica integradora. O setor que tratava das questões referentes à logística eram dotados de autonomia de planejamento e estava diretamente relacionada às decisões do comando geral. Responsabilizava-se pela análise das informações e o potencial dos setores. Por meio dessas informações utilizava todos os recursos disponíveis com o intuito de atingir as metas definidas.

Devido a este grande sucesso tanto no Exército como na Igreja, as empresas buscaram extrair esta experiência logística, para desenvolvê-lo no âmbito empresarial. Com o aumento da competitividade entre as empresas começou a se ter uma necessidade de diferenciar-se diante dos concorrentes, por meio atividades e processos integrados que reduziam consideravelmente os custos e o prazo de elaboração do produto na cadeia produtiva.

A logística empresarial estuda como a administração pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controle efetivos para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos: a Logística é um assunto vital. É um fato econômico que tanto os recursos quanto os seus consumidores estão espalhados numa ampla área geográfica. Além disso, os consumidores não residem, se é que alguma vez o fizeram, próximos donde os bens ou produtos estão localizados. Este é o problema enfrentado pela Logística: diminuir o hiato entre a produção e a demanda, de modo que os consumidores tenham bens e serviços quando e onde quiserem, e na condição física que desejarem (BALLOU; 1993; p. 17).

Muitas empresas, de uns tempos para cá, trataram a logística de maneira incorreta, pois tratavam o tema como se fosse moda. Assim sendo, muitas empresas passaram a criar áreas que tratam de questões logísticas de maneira indiscriminada, além de não haver um planejamento adequado. É importante deixar claro o seu posicionamento no organograma, além do contato direto com o comando da empresa e fazendo a integração de todas as interfaces do

sistema são fundamentais para a efetividade do setor logístico. (BALLOU, 1993).

A cada dia que passa aumenta-se a competitividade e consequentemente a necessidade de se produzir mais e reduzir os custos o máximo possível, aumentando a qualidade, além da excelência no atendimento ao cliente, sendo a Logística uma questão de sobrevivência (BALLOU, 1993).

Esse dinamismo, que vai se acentuando com o tempo, gera forte necessidade de informação por parte do consumidor. O marketing, de um lado, procura sanar parte dessas questões através de suas campanhas publicitárias, pesquisas mercadológicas e contato direto com o consumidor. Mas, em que pesem tais esforços, esse elemento importante no comércio varejista - a informação - requer atenção redobrada. Veremos adiante que a Logística tem um papel muito importante no processo de disseminação da informação, podendo ajudar positivamente caso seja bem equacionado, ou prejudicar seriamente os esforços mercadológicos, quando for mal formulado. Isso porque a Logística é, na empresa, o setor que dá condições práticas de realização das metas definidas pelo setor de Marketing. Sem ela, tais metas não têm condições de se concretizar adequadamente (NOVAES; 2004; p. 13).

Apesar de toda esta problematização, somente na década de 50 as empresas começaram a perceber a necessidade de desenvolver um método capaz de gerenciar o fluxo de informações e materiais em suas operações, ou seja, desenvolver um processo a partir de sua concepção até o momento da venda de seus produtos, conhecido como Logística Empresarial (BALLOU, 1993).

De acordo com Fleury (2002), começou-se a falar em distribuição física no Brasil na segunda metade da década de 80. Sendo um momento em que as indústrias começaram a demandar e perceber que a área comercial não deveria ser responsável pelo gerenciamento dessa distribuição, como estava acontecendo. Antigamente a área comercial era responsável pela entrega e a distribuição, quando se tratava de empresas de consumo. Não se considerava também o relacionamento cliente-fornecedor como uma parte importante do processo.

A logística tem três dimensões principais: uma dimensão de fluxo (suprimentos, transformação, distribuição e serviço ao cliente), uma dimensão atividades (processo operacional, administrativo, de gerenciamento e de engenharia) e uma dimensão de domínios

(gestão de fluxos, tomada de decisão gestão de recursos, modelo organizacional). Estamos qualificando de domínio uma área de conhecimento (MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos; 2006; p. 330).

Na década de 90 a logística deu um grande salto devido a expansão da tecnologia da informação, apesar da ideia estabelecida de que a logística era um processo de gestão de fluxo de materiais e de informações, em que a informação continuava no papel e viajando na mesma velocidade física dos bens e produtos. (FLEURY, 2002).

## **2.2 Conceito de Logística**

Segundo demonstrado por Machline (2011), essa teoria foi aos poucos e gradativamente concebida. O teórico nos traz essa evolução a nível Brasil, abordando o boom econômico advindo da vinda das grandes montadoras e a sua preocupação com obras de infraestrutura que beneficiavam seu setor além da preocupação a forma mais correta e eficiente de transportar seus produtos.

Porém, percebeu-se que para entregar o produto em quantidades, local e tempo, corretos, exigia-se do gestor não somente conhecimentos ligados ao transporte, por isso, Machline (2011), apresenta trabalhos que evidenciam a relação entre a disponibilidade de produtos e os consumidores finais, nos trazendo a necessidade que as empresas precisavam ter na interligação de todas as atividades da empresa.

Na atuação segmentada, é trazido que os subsistemas, depois da segunda guerra mundial, eram vistos em separado, o foco era dado em encontrar soluções de melhorias na produção e no transporte, deixando de lado uma visão de conexão entre as outras áreas que invariavelmente se encontravam. A essa data, os instrumentos tecnológicos eram limitados e isso era uma grande limitação aos gestores, uma vez que para a tomada de decisões, estes não tinham tanto acesso à informação como hoje, e aos consumidores, na variação de produtos.

De acordo com Novaes (2001), após a segunda grande guerra, havia uma falta de visão ampla e integrada da cadeia de suprimentos, tendo efeito em

uma troca de informação falha e em um fluxo ineficiente de serviços e produtos, mas, quando se chega a fase da integração flexível e do gerenciamento da cadeia de suprimentos (GCS), a flexibilização nos processos adquire um caráter semelhante ao atual, mais perto do esperado pelo mercado.

A logística é um campo de muita importância para a gestão de inúmeras companhias, independentemente do seu campo de atuação, uma vez que é responsável pela direta entrega de valor agregado a fornecedores, clientes e vasta gama de envolvidos com a operação, como afirma Ballou (1997). O mesmo autor sugere que muito do tempo gasto por uma organização é destinado a adaptar sua estratégia com o intuito de fazer frente aos seus concorrentes, principalmente, diferenciando-se deles em relação aos produtos e serviços ofertados, mediante isso, quando a organização reconhece a importância da logística e que esta impacta de forma significativa suas receitas e custos, ela responde a modo de atender diferentes níveis de serviço, ofertando rapidez aos seus clientes, atendendo duas necessidades, se posicionando com mais eficiência, aumentando sua lucratividade.

Assim sendo, mediante o também apresentado por Guarnieri e Hatakeyama (2010), a logística tem caráter integrado com alto volume de informações entre as atividades de uma organização, isso diminui o quão distantes as áreas de uma empresa podem estar e foca nas ações para o mesmo norte: alcançar as expectativas e necessidades dos consumidores. A despeito disso, a *Council of Supply Chain Management Professionals* (CSCMP) (2010), traz a definição de logística como sendo:

O processo de planejamento, implementação e controle do fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, materiais semiacabados e produtos acabados, bem como a informação a eles relativa, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes. (CSCMP, 2010).

Essa definição é endossada por Ballou (2010) quando traz como função da logística a oferta de aceitáveis níveis de serviço. Paralelamente a isso, Christopher (1997) afirma que a logística aumenta a capacidade de gestão estratégica. Mais além, Leite (2003), traz o significado da logística reversa destacando os fluxos logísticos reversos como:

A área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, ecológicos, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros. (Leite, 2003, p. 16).

Logo, a fim de se alcançar um sistema logístico capaz de entregar o esperado da forma mais eficiente possível é essencial que os fatores de toda a cadeia de suprimentos sejam integrados, no sentido de que o conhecimento global dos fluxos de informações, seja na sua direção natural e na reversa, favorece um domínio sobre o que, de fato, é cotidiano na organização, favorecendo assim mais participação nas decisões, planejando melhor e gerando uma flexibilidade dos processos (SILVA e COLENCI, 1997).

## **2.3 Logística de Eventos**

A soma de esforços, direcionados a um público, com objetivos claros, tendo como foco um público específico, é caracterizado por Britto e Fontes (2002) como um evento.

Dado a necessidade humana de interação social, segundo Giancaglia (2004), os eventos proporcionam um ambiente favorável para esse relacionamento. Conclui Meirelles (1999) que esse ambiente favorável para interações sociais, é um dos motivos para o aumento do interesse das empresas em eventos de forma geral, a medida que além de ser um ambiente propício para testes e apresentações ao público, o evento por si só, em sua maioria, tem o objetivo de atingir e atrair pessoas com interesses semelhantes, assim propiciando não só o diálogo mas o desenvolvimento de um potencial econômico, antes, não atingido. A partir disso define:

Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre

os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 1999, p.21).

Hoje em dia às necessidades das empresas nesse campo são amplamente atendidas dada a vasta gama de tipos eventos disponíveis mediante disponibilidade de recursos, objetivos, disponibilidade de produtos e estrutura, como afirma Giacaglia (2004). Além disso, destaca-se que os eventos usualmente são responsáveis por melhorar a imagem institucional das empresas, dentre outros benefícios, o que ocasiona em maior estreitamento no relacionamento com os consumidores que por sua vez, aumenta o poder dela na exposição e proposição de ideias. Ainda, a mesma autora classifica os eventos tendo em vista: público-alvo, níveis de frequência, abrangência e participação, e âmbito no qual se permite atuar.

Allen et al. (2008) trazem a conexão entre a tradicional logística com a desempenhada nos eventos. Enquanto a primeira se preocupa exclusivamente com o suprimento de produtos para consumidores e estabelecimentos, a segunda se preocupa com o suprimento de interessados e das necessidades do espaço físico na promoção do atendimento desse público para que o evento ocorra da forma esperada. Vai além, à medida que a logística tradicional denomina os consumidores de produtos ou serviço como clientes e a logística de eventos se propõe a trabalhar para expectadores e público.

Mediante o exposto por Taylor (2005), a logística lida diretamente com a questão de suprimento de demanda. Uma vez que existe pouca certeza nesse campo, exige-se da logística a capacidade de se fazer projeções, flexibilizar seus processos a modo de se adaptar para o suprimento de contingências e uma capacidade adequada para atender as demandas dos clientes, assim, faz-se necessário o conhecimento amplo e as projeções dos elementos que compõe a cadeia de suprimentos com o intuito de maximizar eficiências das operações e de planejar estratégias que vão aumentar a valorização do produto.

Os grandes eventos esportivos tem atraído a humanidade desde o seu surgimento e são considerados de grande popularidade: jogos olímpicos, copas mundiais de futebol, campeonatos pan-americanos, campeonatos de MMA, são os de maior repercussão. Os eventos esportivos vêm apresentando



um forte crescimento nos últimos anos, no Brasil, principalmente por sediar a copa do mundo em 2014 e agora em 2016, os jogos olímpicos.

Eventos desta magnitude apresentam efeitos ambientais, culturais, econômicos, políticos e sociais nas cidades/países que os hospedam, devendo ser planejados e organizados, com uma cumplicidade entre os mais diversos setores, de modo a se chegar a um resultado satisfatório Nunes (2011). Observa ainda, que, no caso de eventos esportivos, especificamente a copa do mundo, a FIFA – *Fédération Internationale de Football Association*, elabora para o país sede, um manual no qual são apontados os investimentos na área esportiva (estádios e facilidades esportivas) e na infraestrutura urbana (transporte, mídia e telecomunicações, rede hoteleira, segurança e centros médicos). Segundo Monteiro (2016), são muitas as características dos jogos olímpicos que trazem grande complexidade para o planejamento logístico: o caráter transitório, a sua dimensão, a diversidade e a incerteza da demanda, o cronograma fixo, o grande impacto do erro (os jogos olímpicos dificilmente admitem erros. Qualquer falha pode ter implicações enormes e praticamente não há tempo hábil para melhorar processos ou treinar mais a equipe), equipe mista e inexperiente, necessidade de integração (atletas, público, comissões esportivas, mídia e imprensa, entre outros), que necessitam de atendimento na hora, local e condições solicitados. Ainda segundo Monteiro (2016), à frente das atividades logísticas de transporte, armazenagem e distribuição de material do megaevento estará os Correios, escolhido o operador logístico oficial dos jogos olímpicos e paraolímpicos Rio 2016, trata-se do primeiro correio público do mundo a realizar essa operação, podendo deixar de serem vistos apenas como entregadores de correspondências e serem reconhecidos como uma das maiores empresas de logística do país.

Oliveira e Stadnik (2006), afirmam que a consolidação de grandes eventos esportivos orientados pela perspectiva da participação irrestrita e consolidação do esporte como um bem cultural de direitos, é acima de tudo, uma questão de políticas públicas. Que a sociedade, ao mesmo tempo em que assiste ao espetáculo esportivo de alto nível, também quer e precisa de alternativas viáveis para o desenvolvimento do esporte. Nas manifestações escolares e populares das lutas, da ginástica, dos esportes e da dança, por exemplo, o caminho é a participação, com respeito à diversidade.

Neste entendimento, do esporte como vivência, e não como meio de consumo, é que se inserem os esportes de base, oferecidos nas escolas, academias, clubes e organizações sociais (SESC, SESI). Neste segmento, neste trabalho o Jiu Jitsu é abordado, praticado em academias próprias, que fomentam a interação social, o caráter, a disciplina e o conhecimento corporal.

Um evento esportivo, ainda que pequeno, como um campeonato de Jiu Jitsu local, pode ser subdividido pela amplitude do mix de serviços e a extensão da linha de produtos. Segundo Rupert, Portugal e Guilarte (2012), um mix de serviços é o conjunto de todos os itens e linhas de serviços que um dado evento poderá oferecer. A amplitude do mix de serviços refere-se ao número de diferentes modalidades de serviços que são requisitados em qualquer tipo de evento, sendo a extensão da linha de produtos o número total de serviços que um evento pode conter. Assim, a estratégia de um evento sofre variações de um para o outro, cabendo a seus organizadores saberem exatamente a amplitude e a extensão da linha de serviços que será necessário para um evento específico. Conforme demonstra a Figura 1.

Amplitude do Mix de Serviços/Extensão da Linha de Produtos				
Cidade	Local do evento	Serviços Especializados	Turismo/lazer	Transporte
Segurança	Serviço de recepção	Serviços de intérpretes	Promoção social	Empresa aérea
Restaurante	Serviço de segurança e limpeza	Assessoria de imprensa	Participantes acompanhantes	Facilidade de acesso
Hospedagem	Informação aos participantes	Serviço de apoio técnico	Pacotes turísticos	
Comunicação	Multimídia e filmagem	Material impresso	Pós e pré-eventos	
		Material promocional		

Fonte: GIL (2002)

Figura 1 – Mix de serviços

Os eventos por sua vez, classificados e subdivididos, podem ajudar na organização. Segundo Brito e Fontes (2002), são classificados por: categoria; área de interesse; localização; características estruturais; espacialidade, tipologia e suas subdivisões, conforme percebe-se na Figura 2:

Classificação de Eventos					
Categorias	Áreas de interesse	Localização	Características estruturais	Especialidades	Tipologias
Institucional	artística	locais	porte	eventos internos	programas de visita
Promocional ou mercadológico	científica	distritais	pequeno	eventos externos	exposições
	cultural	municipais	médio		encontros técnicos e científicos
	educativa	regionais	grande		encontros de convivência
	cívica	estaduais	data		cerimônias
	política	nacionais	fixo		eventos competitivos
	governamental	internacionais	móvel		inaugurações
	empresarial		esporádico		lançamentos
	lazer		perfil		excursões
	social		geral		desfiles
	desportiva		dirigido		outros
	religiosa		específico		
	beneficente				
	turístico				

Fonte: Britto e Fontes (2002)

Figura 2 – Classificação de eventos

## 2.4 Nível de Serviço Logístico

O esforço logístico e o desempenho oferecidos pela empresa com vistas a atender a necessidade de seus clientes é fator chave para assegurar a sua fidelidade. A esta qualidade de serviço e ao seu gerenciamento denomina-se de nível de serviço logístico.

O nível de serviço compreende todo o conjunto de atributos oferecidos ao cliente, devidamente identificados e quantificados (Novaes; Vieira, 1996).

O custo de execução destes níveis de serviço estão relacionados à qualidade do serviço logístico e deve estar diretamente associado às necessidades de desempenho dos clientes.

Para Ballou (2001), o produto oferecido por qualquer empresa pode ser razoavelmente descrito pelas características de preço, qualidade do produto ou serviço e o nível de serviço a ele agregado. Enquanto os níveis de atividade logística e seus custos associados estão refletidos no preço e, em menor grau, na qualidade do produto, sua influência direta ocorre no nível de serviço. Assim, ele agrupa os fatores que compõem o nível de serviço em três categorias, segundo o período em que ocorrem, em função do momento da contratação dos serviços. Ballou (2001) e Novaes et al.(1996) concordam que

esses grupos são identificados como fatores de pré-transação, de transação e de pós-transação respectivamente. No primeiro grupo, que envolve os atributos oferecidos antes da contratação dos serviços, está compreendida principalmente a clara definição da política logística da empresa (o cliente sabe de antemão o que pode cobrar do fornecedor). Por ocasião da venda do produto ou serviço são importantes: disponibilidade de pessoal e dos equipamentos na data combinada, prazo para realização dos serviços, transparência na estrutura de custos, estrutura tarifária simples e de fácil compreensão e aplicação, etc. Finalmente, na fase pós-transação é importante o rápido atendimento das reclamações, com clara definição de responsabilidades.

Momento em Relação à Transação	Dimensões do Serviço Logístico
Na Pré-transação	Declaração formal da política de serviços ao cliente: em que se estabelece claramente o nível de serviço para certo cliente ou categoria de clientes, evidenciando as responsabilidades da empresa e os prazos de entrega.
	Elaboração de planos de contingência para lidar com imprevistos
	Acessibilidade do cliente à empresa: Facilidade de contato do cliente com atendimento
	Definição do grau de flexibilidade do sistema logístico: Capacidade para atendimento de pedidos especiais
	Definição da estrutura organizacional para implementar e monitorar o serviço ao cliente
	Disponibilização de treinamento técnico e elaboração de manuais para os clientes
Na Transação	Nível de falta de estoque.
	Habilidade com pedidos em aberto.
	Elementos do ciclo do pedido.
	Tempo.
	Transbordo.
	Acurácia do sistema.
	Conveniências de pedido.
Na Pós-transação	Substituição de produto.
	Instalação, garantia do produto, alterações, reparos, disponibilidade de peças de reposição ou do próprio produto.
	Rastreamento do produto.
	Atendimento e tempo de resposta a reclamações ou queixas dos clientes.
	Embalagem do produto.
	Substituição temporária do produto durante o reparo.

Figura 3 – Fases do nível de serviço logístico.

Fonte: Ballou (2001)

A estes elementos, há a reação direta dos clientes e o profissional de logística tem influência sobre boa parte deles.

Novaes e Vieira (1996) observam que no Brasil há uma certa preocupação com o cliente até o momento em que a transação se concretiza. Daí para a frente, grande parte dos serviços logísticos hoje oferecidos tendem a ficar menos eficientes, obrigando o usuário a se esforçar para ser atendido e para obter informações sobre o processamento de sua solicitação. Ao longo dos anos, o consumidor foi ganhando lugar de destaque na avaliação dos níveis de serviço, devido a sua postura de exigência de um serviço de maior qualidade por parte das empresas. Segundo Cardoso et al. (2014), muito embora os níveis de serviço possam ser medidos pelas empresas vendedoras, é a percepção do cliente que mais conta. De acordo com Marchesini, Alcântara (2012) a função logística busca oferecer um serviço ao cliente de qualidade superior e de baixo custo, gerando valor para os clientes. Pode-se observar uma relação entre os serviços logísticos de qualidade e o aumento de vendas.

Ballou (2001) demonstra como as vendas devem aumentar se o serviço for a melhorado além daquele já oferecido por fornecedores concorrentes. Mas adverte que melhorias no nível de serviço não trazem os mesmos ganhos de vendas. Cardoso et al. (2014) acrescenta que considerando a margem de contribuição logística como sendo a diferença entre as receitas relacionadas à logística, advindas do nível de serviço, e os custos logísticos, tem-se o resultado máximo dessa relação no ponto onde a receita para cada ponto adicional do nível de serviço é igual ao custo oriundo desse aumento. Ou seja, cada incremento do nível de serviço gera um incremento de receita igual a um de custo, não gerando nenhum resultado adicional na margem de contribuição. Observa-se que maior nível de serviço logístico custa mais do que níveis menores.

Custo MAIOR	Custo MENOR
Maior nível de estoque	Pequenos estoques
Transporte mais rápido	Transporte mais lento
Administração logística moderna	Serviços limitados

Figura 4 – Incremento do nível de serviço.

Fonte: Autor.

Ou seja, conforme se verifica na Figura 4, o custo diferenciado dos níveis de serviço precisa ser compatível com as vendas potenciais para aquele serviço, de forma a maximizar os lucros.

#### 2.4.1 Administração do Nível de Serviço

Não é fácil de mensurar o desempenho logístico dos serviços ao cliente, e para isto foram desenvolvidos alguns mecanismos práticos, Ballou (2001).

1. Medição de disponibilidade de estoque;
2. Processamento de ordens de serviço e sua aferição;
3. Avaliação do Transporte e da entrega;
4. Produtos danificados;
5. Tempo de processamento da produção/armazém.

Algumas empresas monitoram seu desempenho logístico através da obtenção de dados junto aos clientes. Periodicamente é enviado questionário anexado ao produto, para que o cliente opine sobre itens como condições do pedido, exatidão no seu atendimento, tempo de entrega (datação do pedido na expedição e na entrega), facilidade de comunicação com a empresa, etc. Todos estes dados devem ser tabulados e serem analisados estatisticamente, de modo a se evidenciarem as áreas deficitárias no desempenho logístico, Ballou (2001). Segundo Ferreira, Oliveira; (2015), nas organizações privadas, a discussão sobre logística aparece como uma nova forma de cortar custos e, portanto, aumentar lucro.

#### 2.4.2 Determinando o Serviço Desejado

É pelo nível de serviço ao cliente, que se agrega valor ao produto vendido. Entender então as necessidades e preferências do cliente/usuário, de forma a

melhor atendê-lo, passa a ter uma importância capital na estratégia competitiva da empresa (NOVAES e VIEIRA; 1996). Como é trabalhoso levantar o perfil destas necessidades, normalmente se processa o contrário – determina-se as necessidades de serviço, empiricamente, e se ajusta a elas o nível de serviço logístico. Estas necessidades podem ser levantadas através das pessoas que trabalham diretamente com o cliente, seja o vendedor, o atendente, a secretária, o professor, etc., pois eles são as pessoas que irão ouvir estes clientes, dando informações importantes para o pessoal de logística.

Entretanto, se não houver uma preocupação da empresa em preparar estes profissionais para esta tarefa, serão obtidos dados duvidosos e distorcidos. As entrevistas e/ou os questionários podem fornecer dados não viciados.

Diante desta dificuldade, muitas empresas generalizam estas necessidades mantendo um patamar elevado dos níveis de serviço. Isto, muitas vezes pode implicar em custos desnecessários e em repasse para os clientes, determinando um preço final do produto, maior. Esta generalização não é de todo perniciosa e deve ser mantida tanto quanto possível, desde que se consiga avaliar as diferenças nas necessidades dos vários tipos de clientes (individual/grupo), que uma vez conhecidas, determinarão as diferenças nos níveis de serviço logístico, resultando em melhor distribuição e menor custo, Ballou (2001).

A prestação do serviço ao cliente, bem elaborado, é uma ferramenta importante que pode garantir, além de uma satisfatória demanda, a fidelização de clientes com grandes potenciais. Neste aspecto, tem o ponto chave na determinação do nível de serviço, pois dificilmente se conseguirá obter um serviço diferenciado para cada um dos clientes da empresa, até porque muitos são clientes esporádicos e altamente voláteis que não são fiéis à empresa. Clientes potenciais devem ser o alvo, pois um serviço diferenciado gera mais custos e, preços mais elevados, o que tende a limitar a quantidade de clientes em condições de adquirir o mesmo atendimento (LEITÃO et al. 2015).



### 2.4.3 Fixação de uma Política de Serviço

A administração procura avaliar e manter os níveis de serviço. Uma das formas de fazer o monitoramento dos níveis de serviço é estabelecendo uma política de serviço e definindo padrões de ação junto ao cliente. Os padrões devem ser definidos em termos de produtos e/ou área geográfica e as políticas de serviço devem ser elaboradas de forma a deixar claro para o cliente as pretensões de ação do fornecedor em relação ao serviço/produto, de forma que estes elementos possam auxiliar a manutenção dos níveis de serviço desejados (BALLOU, 2001).

O Planejamento para Contingências no Serviço, apesar de parecer óbvio, ações no sentido de antecipar problemas como : greves, incêndios, acidentes, defeitos nos produtos, não são comuns. Uma pesquisa realizada entre os membros do Conselho Nacional de Administração de distribuição Física Americano, revelou que 18% das empresas-membro não tinham plano de contingência para atividades logísticas e que 36% só faziam tais planos de forma esporádica (Ballou,2001). . As empresas devem elaborar planos de contingência, para que a operacionalização do seu sistema não afete a sua relação com o cliente/produto.

A outra questão, é que com o movimento de valorização do consumidor, a conscientização do público em geral (clientes individuais/indústrias) sobre os seus direitos, forçou as empresas a anteciparem a possibilidade de recolhimento de produtos defeituosos e/ou a reparação destes. Hoje, as empresas implementam métodos de rastreamento, codificando os seus produtos ainda na linha de produção, de modo a identificar todo o caminho percorrido pelo mesmo, até o cliente, facilitando assim, a sua devolução e identificação do problema. A reciclagem é outro movimento que tem forçado as empresas a ter uma preocupação com a satisfação de seus clientes e em suprir as suas necessidades, obrigando o profissional de logística a preocupar-se com a elaboração de projetos que possibilitem o retorno do produto.



### 3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A pesquisa é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais Marconi e Lakatos (2010), a para isto são utilizados métodos e técnicas científicos como instrumento para sua realização. Descreve-se nessa seção como esta pesquisa foi operacionalizada.

#### 3.1 Descrição Geral da Pesquisa

Ao questionário aplicado foi atribuída uma escala do tipo Likert de cinco níveis 1 a 5, sendo o 1 o menos frequente e o 5 extremamente frequente, para que se possibilitasse a tabulação dos dados das perguntas que foram compostas pelos itens da pré-transação, da transação e da pós-transação, apresentados na Tabela 1.

Escala de frequência	Variáveis
1	Discordo totalmente
2	Discordo parcialmente
3	Neutro
4	Concordo parcialmente
5	Concordo totalmente

*Tabela 1: Escala de frequência*

Tabela 1: Escala de Frequência

As Tabelas 3, 4 e 5, apresentam o nível de serviço presente na fase de pré-transação, transação e pós-transação respectivamente, sendo exploradas mais nas seções seguintes, onde, por meio da escala apresentada na Tabela 2, o público/atletas puderam eleger os indicadores que possuem maior ou menor grau de importância.

Este trabalho visa compreender a percepção dos competidores e expectadores sobre o Campeonato Brasiliense de Jiu Jitsu No-Gi de 2016. Descreve o público frequentador e analisa basicamente a sua relação com os serviços oferecidos. A pesquisa pode ser classificada conforme o proposto por Silva e Meneses (2001), do ponto de vista de sua natureza, é aplicada. Do ponto de vista do seu objetivo, é descritiva. Do ponto de vista da abordagem, é quantitativa. Do ponto de vista do procedimento técnico, utilizou survey. O levantamento de dados ocorreu no próprio local onde o fenômeno ocorre, cujos dados foram obtidos através de pesquisa de campo. Foi efetuado também coleta de dados online através da análise da página do Facebook da FJJB. Segundo Andrade (2010), na pesquisa descritiva os dados são levantados sem a interferência do pesquisador, consistindo apenas na observação, registro, análise classificação e interpretação das informações obtidas. Marconi e Lakatos (2010) destacam que a pesquisa descritiva apresenta características multivariáveis. No que se refere aos instrumentos de coleta de dados, realizou-se a observação direta e extensiva no local do evento e também o questionário, composto por perguntas fechadas, que utilizou uma escala do tipo Likert de cinco pontos. O público do evento se compõe de espectadores de eventos esportivos – Campeonato de Jiu Jitsu No-Gi 2016, objetivando a coleta de dados quanto à sua percepção.

### **3.2 Caracterização do Objeto de Estudo**

O estudo de caso foi realizado em Brasília-DF, durante a execução do Campeonato de Jiu Jitsu No-Gi 2016, promovido pela Federação de Jiu Jitsu de Brasília-FJJB. O campeonato No-Gi não é fixo, mas ocorre pelo menos uma vez a cada ano no DF. No-Gi significa “sem kimono” e é realizado com vistas a fomentar a performance de chão de cada lutador, onde a técnica mais apurada e treinamento constante possam se sobrepor a do adversário, visto que o Jiu Jitsu é um esporte de contato. O evento foi realizado no Ginásio do Núcleo Bandeirante/DF no dia 12/06/2016, das 9 às 16 hrs. A média de público

presente neste intervalo de tempo foi de aproximadamente de 650 pessoas, entre competidores, organizadores e expectadores, oriundos de várias academias de dentro e fora do DF. O público presente era 99% de praticantes da arte suave, como é conhecido o Jiu Jitsu.

No que se refere à caracterização do porte de um evento, Duarte (2009) considera como evento pequeno aquele em que há a participação de cem a quinhentas pessoas. Evento de tamanho médio é aquele que conta com quinhentas a três mil pessoas, onde há maior empenho em divulgação e maiores investimentos em nível logístico. Já quanto ao evento de grande porte há a variação de três mil pessoas a oitenta mil pessoas, com forte investimento financeiro, grande quantidade de recursos humanos na produção, divulgação em escala nacional, patrocínios e manutenção da marca. Por último, o autor cita o mega evento quando há a presença de mais de cem mil pessoas, com preparação das operações com meses ou anos de antecedência, envolvimento político e econômico de todo o país, muitas vezes criação de uma infraestrutura própria, com várias mídias fazendo cobertura.

Já Rupert, Portugal e Guilarte (2012) explicam que um evento de pequeno porte é aquele em que há a participação de até 200 pessoas, participação de 200 a 500 pessoas, evento de médio porte, de 500 ou mais, evento de grande porte, chama de super eventos quando há a participação de 10.000 a 100.000 pessoas e mega eventos quando há a participação acima de 100.000 pessoas. Alexandre (2013) refere que existem outras características da produção, que não apenas a quantidade de espectadores atraídos e que principalmente, a movimentação e esforço das empresas em administrar o fluxo das pessoas, materiais, divulgação, alimentação, artistas, patrocínio entre outros aspectos também deve ser considerado.

### **3.3 Instrumentos de Coleta de Dados e Análise dos Dados**

Por meio de um estudo de caso em um campeonato local de Jiu Jitsu, ocorrido no DF, na modalidade No-Gi, de 2016, foi possível acessar os participantes do evento, cuja percepção se deseja conhecer.

No que se refere à população do estudo, esta é formada pelos participantes inscritos no evento, objeto deste estudo, **que contou com 650 participantes, sendo 250 atletas e 400 expectadores** (dados da pesquisa). Com relação à amostra, destaca-se que esta se caracteriza como não-probabilística, uma vez que não se utilizou de métodos estatísticos para o seu cálculo.

Gil (2007) traz que uma amostra é uma parte dos elementos no qual pode-se estimar parte das características de uma população. Faz parte da população os elementos que são os donos das características reais. Somado a isso, ele menciona também os fundamentos que permitem a amostragem o caráter científico e que por esses fundamentos que se é possível utilizar a amostra como parte representante da população. Assim, o tamanho da amostra se faz relevante, havendo conexão entre as repetições dos resultados de experiências em menor escala com as de maior. No caso dessa pesquisa, devido à amostra não ser probabilística, os resultados encontrados não podem ser generalizados para a população, e sim demonstram a realidade da amostra pesquisada.

Oliveira (2001) converge sobre o mesmo entendimento de que a amostragem é importante para transmitir informações de uma população em estudo, sendo o tipo de amostragem utilizado, de acordo com Gil (2007), a por acessibilidade ou conveniência, ou seja, os elementos para compor esse conjunto serão selecionados mediante a possibilidade de acesso, ainda que essa modalidade seja apontada pelo autor como a de menor nível de precisão estatística.

Nesta pesquisa, o critério para escolha da amostra ocorreu por acessibilidade, tendo em vista que o pesquisador compareceu ao evento e munido do instrumento de pesquisa, convidou os participantes a participar da pesquisa. Assim, aqueles que efetivamente concordaram em responder o questionário compuseram a amostra que totalizou 61 respondentes, correspondendo a 9,38% da população.

A coleta de dados baseou-se na aplicação de um questionário estruturado, survey quanti, em indicadores de nível de serviço conforme definição de Ballou (2001) e com algumas perguntas adaptadas do questionário de pesquisa de Albuquerque (2013), o qual estudou o nível de serviço logístico em eventos

musicais no Distrito Federal. Ressalta-se que foram estabelecidas as etapas de pré-transação, transação e pós-transação, que pode tornar mais clara a impressão dos atletas e público presentes no evento, sobre a sua percepção e o nível de serviço esperado por eles. Este estudo deixou claro como o gerenciamento da logística é executado na elaboração do Campeonato.

O questionário foi composto **por 46 perguntas** fechadas, com uma escala de resposta do tipo Likert de cinco pontos, sendo 1 o “Discordo Totalmente” e o 5 o “Concordo Totalmente”. Ademais algumas perguntas se propuseram a caracterizar o respondente, apresentando alternativas para múltipla escolha. A aplicação do questionário ocorreu presencialmente no local e dia de realização do evento e o pesquisador abordou diretamente as pessoas, cuja percepção se pretendeu conhecer.

Os dados coletados na pesquisa de campo foram todos lançados e organizados no programa Excel e analisados com o auxílio de suas próprias ferramentas, visando efetuar a análise da estatística descritiva, no que se refere à média e a comparação entre as frequências das respostas obtidas. Os resultados foram expostos em forma de gráficos e tabelas, permitindo a visualização e compreensão dos possíveis problemas. Complementarmente à análise das frequências, descreveu-se também as observações realizadas pelo pesquisador no dia e local do evento.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 Caracterização dos Respondentes

A amostra estudada nesta pesquisa é um grupo de 61 expectadores/participantes do Campeonato de Jiu Jitsu No-Gi 2016, de um total de público estimado de 650 pessoas. Os participantes da pesquisa foram quase que totalmente compostos por praticantes do esporte Jiu Jitsu, o que, por um lado, dificultou muito a coleta de dados, visto que todos queriam acompanhar as lutas realizadas. Por outro lado, no geral, o fato de serem praticantes favoreceu a diálogos ricos, o que foi muito proveitoso e bastante relevante para o objeto da pesquisa. A amostra foi caracterizada segundo a tabela 2.

Descrição da Amostra		Qtde**	%**
Status	Professor	10	16,39%
	Aluno/praticante	43	70,49%
	Outro	8	13,11%
Tipo	Expectador	43	70,49%
	Competidor	18	29,51%
Faixas	Preta	10	16,39%
	Marrom	8	13,11%
	Roxa	8	13,11%
	Azul	16	26,23%
	Branca	11	18,03%
	Outro	8	13,11%
Idade	Abaixo de 18	7	11,48%
	18 a 29 anos	28	45,90%
	30 a 35 anos	18	29,51%
	36 a 40 anos	3	4,92%
	41 a 45 anos	2	3,28%
	Acima de 45 anos	3	4,92%

\*\* De um total de 61 respondentes por bloco

Tabela 2: Perfil da Amostra 1

Tabela 2: Perfil da Amostra 1

Na amostra observada, o grupo de alunos/praticantes é o mais evidenciado, com 70,49% da participação, contra 16,39% dos professores e 13,11% de acompanhantes ou outros. Estes números se justificam porque há um interesse grande dos praticantes de Jiu Jitsu em um aprendizado constante e frequentar o espaço onde essas habilidades estão sendo colocadas a mostra favorece o aprendizado. É esperado que o número de professores seja menor, haja vista que o número de faixas pretas líderes/donos de academias é essencialmente menor ao número de alunos. Como a modalidade de competição sem kimono é uma variação do Jiu Jitsu tradicional, espera-se um número menor de competidores justificando assim o grande número como expectadores, 70,49% contra 29,51% de competidores. Podemos também inferir que esse número reflete a maioria disponível da pesquisa, ou seja, em uma competição, onde o foco dos competidores está no tatame e na sua concentração pré luta, é esperado que a pesquisa atinja um maior número de respondentes que estejam apenas observando e torcendo. A amostra indica que as faixas de graduação estavam representadas de forma equilibrada, tendo a faixa azul a maior representatividade atingindo 26,23%, seguindo pela faixa branca com 18,03%, faixa preta com 16,39% e por fim, as faixas roxas e marrons, atingindo 13,11% ambas. Apurou-se 13,11% no campo outros, referente ao número de respondentes não praticantes.

É possível relacionar a predominância de praticantes de faixa azul com a predominância da faixa etária entre 18 a 29 anos, tempo médio etário para habilitação nesta faixa. Os resultados encontrados no campo idade, sugere que a medida que o praticante fica mais velho, menos propenso ele é a competir ou de comparecer a campeonatos. É esperado que a maioria dos competidores esteja na categoria adulto, faixa entre 18 e 29 anos, evidenciado pela pesquisa, uma vez que possuem mais vigor, menos lesões, mais facilidade de recuperação e são mais dispostos a correr riscos.

Enquanto expectadores, em um horizonte temporal de 1 ano, a frequência aos campeonatos é significativa. 44,26% dos respondentes afirmaram ter ido de 1 a 3 competições para apenas apoiar seu amigos. 32,79% afirmaram ter ido de 4 a 6 eventos como expectadores e 22,95% compareceram em mais de

6 eventos. Todos os respondentes foram a alguma competição de Jiu Jitsu nesse período, conforme tabela 3 abaixo.

Descrição da Amostra		Qtde**	%**
Expectador	1 a 3 eventos	27	44,26%
	4 a 6 eventos	20	32,79%
	Mais de 6 eventos	14	22,95%
Competidor	Nenhum	19	31,15%
	1 a 3 eventos	17	27,87%
	4 a 6 eventos	14	22,95%
	Mais de 6 eventos	11	18,03%
Acesso a informação	Whatsapp	8	13,11%
	Facebook	13	21,31%
	Instagram	0	0,00%
	Material impresso	0	0,00%
	Indicação direta da academia	17	27,87%
	Indicação direta de amigos	23	37,70%

\*\* De um total de 61 respondentes por bloco

Tabela 3: Perfil da Amostra 2

Tabela 3: Perfil da Amostra 2

Enquanto competidores, em um horizonte temporal de 1 ano, a amostra nos mostra que 31,15% dos respondentes não foram a sequer 1 evento nesse período, fato esse que corrobora com o perfil de expectadores dessa amostra, conforme consta na tabela 1. Podemos avaliar que há indicação de que a medida que o número de competições disponíveis anualmente aumenta, menor é o número de competidores que vão participar de todas elas, ou seja, é possível afirmar que o número de competidores tende a competir o mínimo possível durante o ano. Apenas 18,03% da amostra, competiu em mais de 6 eventos nesse período.

Ainda segundo a tabela 2, enquanto ao acesso a informação, em relação a plataforma, em sua maioria, a amostra evidenciou que foi pelo Facebook que os respondentes tiveram acesso a informações do campeonato. Apesar de não ter sido criado nenhum evento na plataforma, apenas posts na página do Facebook da FJJB. O Whatsapp ficou em segundo lugar, atingindo 13,11%. Não houve indicações que o Instagram foi uma plataforma que favoreceu o conhecimento do campeonato. Também pudera, uma vez, que a FJJB não possui conta no Instagram. Isso também evidencia que as ferramentas de



mídias sócias podem estar sendo subutilizadas. Material impresso, segundo a amostra, também é uma ferramenta pouco absorvida pelos respondentes. Não se sabe se houve produção e distribuição desse tipo de material. Predominantemente, a indicação direta, seja de amigos ou da academia, mostrou-se mais efetiva atingindo, dentro da perspectiva e acesso a informação por parte do público, 37,70% e 27,87%, respectivamente. Assim, infere-se que para próximas edições.

## 4.2 Apresentação dos Resultados

### 4.2.1 Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de pré-transação

A pesquisa aponta como questionamento as questões apresentadas na Tabela 4 e, posteriormente, seus respectivos resultados:

Pré-transação		Nível de serviço					
#	Item	Média	1	2	3	4	5
1	Divulgação do campeonato	2,67	6,56%	40,98%	34,43%	14,75%	3,28%
2	Inscrição no campeonato	3,03	6,56%	27,87%	29,51%	27,87%	8,20%
3	Estrutura de empresas terceirizadas	3,05	9,84%	19,67%	39,34%	18,03%	13,11%
4	Valor da inscrição	3,44	14,75%	6,56%	22,95%	31,15%	24,59%
5	Plano de contingência	1,43	78,69%	8,20%	4,92%	8,20%	0,00%
6	Preocupação com meio ambiente	3,92	9,84%	4,92%	14,75%	24,59%	45,90%
7	Acesso ao local do campeonato	3,34	6,56%	27,87%	8,20%	39,34%	18,03%
8	Espaço	2,92	8,20%	39,34%	9,84%	37,70%	4,92%
9	PNE - Acesso e locomoção	1,64	65,57%	18,03%	3,28%	13,11%	0,00%
10	Visão das lutas	3,67	3,28%	21,31%	3,28%	49,18%	22,95%

Tabela 4: Nível de serviço - Pré-transação

Tabela 4: Pré-Transação – Nível de Serviço

O item divulgação de campeonato teve uma avaliação regular por 40,98% dos respondentes, enquanto que o processo de inscrições no campeonato teve uma avaliação de 29,51%. Notou-se neste item que houve quase que uma

paridade entre as avaliações regular – 27,87%, média – 29,51% e adequada – 27,87% não havendo um consenso quanto ao nível de satisfação em relação ao processo de inscrição adotado pela Federação de Jiu Jitsu de Brasília-FJJB. Observando que o meio mais utilizado para tomar conhecimento do campeonato foi a indicação direta de amigos e a plataforma mais efetiva foi o Facebook, pode-se inferir que a comunicação boca a boca nem sempre é eficaz e que a página do Facebook pode ser utilizada de uma melhor forma em relação a transmitir uma comunicação mais fluída e completa.

Observou-se que a participação de empresas terceirizadas não foi significativa e que também não o é nos variados campeonatos promovidos pela FJJB, prova disso foi que a maioria da amostra, 39,34%, apontou como neutra a sua avaliação em relação à percepção de uma organização melhor por conta da participação de empresas terceirizadas na produção.

Além disso, 31,15% dos respondentes percebem que há um acréscimo no valor da inscrição quando o evento passa a ser mais concorrido. Não houve uma sólida coesão dos respondentes nesse item, uma vez que podemos perceber que muitos respondentes ficaram entre a opção neutra e a opção que concorda totalmente. O fato de ter havido apenas 2 lotes pode ter contribuído por essa variação relevante na avaliação do item.

Ressalta-se que a organização, para esse evento, foi considerada despreparada para enfrentar alguma emergência que demonstre risco para a continuidade do campeonato. 78,69% dos respondentes apontaram que a federação não possui plano de contingência para situações de risco. Constatou-se que há valorização dos aspectos ambientais na promoção e execução de um evento desse tipo por parte do público. 45,90% dos respondentes da amostra afirmaram que valorizam mais um campeonato onde percebe-se essa preocupação por parte da organização.

Em relação à acessibilidade do local escolhido, apesar de 39,34% afirmarem que os locais são, no geral, de fácil acesso, houve, porém, 27,87% dos respondentes afirmando o contrário. Contraste esse, também seguido na avaliação do espaço como adequada e inadequada, evidenciando uma amostra dividida em, respectivamente, 37,70% e 39,34%. 65,57% dos respondentes afirmaram que o espaço não era adequado para a participação e

a locomoção de portadores de necessidades especiais, apesar de ter presenciado lutas de portadores de deficiência.

No geral, no que diz respeito à disposição das arquibancadas e a visão da área de luta, os respondentes afirmaram que conseguiam uma boa visão das lutas de interesse. 49,18% concordaram parcialmente com a afirmação apresentada e 22,95% concordaram totalmente, somando esses percentuais, 72,13% afirmaram não ter problema em acompanhar as lutas pela disposição das arquibancadas e área de luta.

Complementarmente, constatou-se por meio da observação direta que o local escolhido para a realização do campeonato não era facilmente submetido ao transporte público. Observou-se que o estacionamento possuía poucas vagas, bem como o comércio local e as áreas residenciais próximas, fruto disso constatou-se que muitos clientes estacionaram em locais proibidos, causando transtorno para os moradores da área. O ginásio era pequeno para o evento, com arquibancadas altas demais, dificultando a locomoção, cerca de proteção da quadra com vários pontos enferrujados e soltos, podendo causar ferimentos no público e nos atletas. Nenhum acesso a deficientes físicos foi observado nas áreas de acesso ao ginásio e às arquibancadas. Não se observou também extintores para a prevenção de acidentes mais graves, nem tampouco lixeiras para a coleta seletiva. A luz do banheiro masculino estava queimada e só haviam 2 vasos para atendimento da maioria do público, majoritariamente masculino.

A pesquisa também aponta como questionamento as questões apresentadas na Figura 5.

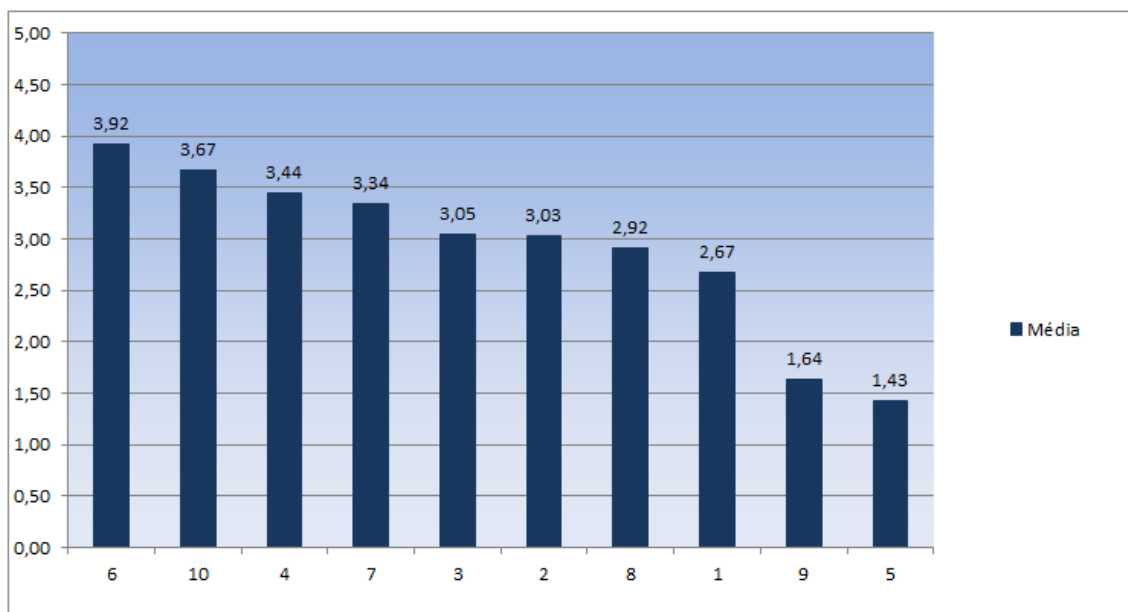


Figura 5: Pré-Transação – Média para Nível de Serviço.

O índice de número 6 atingiu a maior média do nível de serviço de pré-transação, alcançando 3,92. Isso demonstra a grande preocupação dos respondentes com os aspectos de preservação ambiental, o qual nos evidencia que, no geral, pode-se investir em ações cooperadas junto do público no que diz respeito à coleta seletiva ou à promoção de eventos com geração de carbono zero.

O índice de número 9 e 5, tiveram uma média muito inferior as demais, atingindo as menores médias do nível de serviço de pré-transação, 1,64 e 1,43, respectivamente. Podemos inferir que a amostra convergiu para a percepção de que ambos os itens não são priorizados pela organização. Ressalta-se que a preocupação com o acesso favorece a participação, seja como competidores, seja como expectadores, de mais praticantes de Jiu Jitsu com limitações. A despeito da percepção do público, a posse de um plano de contingência para as possíveis emergências com maiores possibilidades de ocorrência em competições desse porte e tipo é fundamental para que, em caso de problemas, os efeitos colaterais sejam minimizados, além, é claro, de diminuir o risco de uma responsabilização legal.

## 4.2.2 Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de transação

Tabela 5 apresenta as questões que buscaram avaliar os elementos de transação do nível de serviço logístico do evento, ou seja, aqueles elementos importantes durante a execução do evento.

Transação		Nível de serviço					
#	Item	Média	1	2	3	4	5
1	Materiais e componentes de estrutura adequados	2,66	16,39%	45,90%	0,00%	31,15%	6,56%
2	<b>Materiais tecnológicos adequados</b>	2,66	11,48%	54,10%	1,64%	22,95%	9,84%
3	Limpeza e número de banheiros	1,36	78,69%	13,11%	1,64%	6,56%	0,00%
4	<b>Empresas fornecedoras</b>	2,41	16,39%	42,62%	27,87%	9,84%	3,28%
5	Reutilização de estrutura	4,49	0,00%	1,64%	11,48%	22,95%	63,93%
6	<b>Disposição dos tatames</b>	2,36	29,51%	37,70%	8,20%	16,39%	8,20%
7	Organização na condução das lutas	3,31	3,28%	39,34%	4,92%	27,87%	24,59%
8	<b>Preocupação dos coordenadores com o cronogramas das lutas</b>	2,92	18,03%	32,79%	4,92%	27,87%	16,39%
9	Interrupções durante o campeonato	1,84	49,18%	32,79%	4,92%	11,48%	1,64%
10	<b>Transporte</b>	3,11	18,03%	6,56%	32,79%	31,15%	11,48%
11	Disposição à produção	2,48	37,70%	19,67%	11,48%	19,67%	11,48%
12	<b>Acessibilidade à produção</b>	2,56	22,95%	37,70%	6,56%	26,23%	6,56%
13	Preocupação com resíduos	1,80	50,82%	34,43%	1,64%	9,84%	3,28%
14	<b>Melhora continua</b>	2,20	44,26%	22,95%	8,20%	18,03%	6,56%
15	Sentimento de segurança	4,00	4,92%	9,84%	1,64%	47,54%	36,07%
16	<b>Alimentação</b>	1,93	47,54%	31,15%	6,56%	9,84%	4,92%
17	Emergência médica	2,20	39,34%	31,15%	4,92%	19,67%	4,92%
18	<b>Participação sensível a estrutura de ponta</b>	3,87	6,56%	4,92%	18,03%	36,07%	34,43%
19	Participação sensível ao tipo de tatame	3,34	9,84%	18,03%	18,03%	36,07%	18,03%
20	<b>Participação sensível a comunicação do evento</b>	3,57	9,84%	4,92%	19,67%	49,18%	16,39%
21	Participação sensível a premiação atrativa	4,25	3,28%	3,28%	6,56%	39,34%	47,54%
22	<b>Participação sensível a sorteios e promoções</b>	3,77	4,92%	6,56%	19,67%	44,26%	24,59%
23	Participação sensível ao cronograma das lutas no horário	4,61	3,28%	4,92%	1,64%	8,20%	81,97%
24	<b>Participação sensível a limpeza</b>	4,25	6,56%	0,00%	8,20%	32,79%	52,46%
25	Participação sensível a promoção de atividades paralelas	3,44	11,48%	8,20%	19,67%	45,90%	14,75%

Tabela 5: Nível de serviço - Transação

Tabela 5: Transação – Nível de Serviço.

Os dados gerados na Tabela 4, evidenciam todo o serviço oferecido aos atletas/espectadores durante a realização do campeonato No-Gi de 2016, quanto à organização e a logística. Elementos como materiais e componentes encontrados em sua estrutura, como equipamentos e sistema de som, iluminação, multimídia, DJ, lasers, telões, equipamentos de comunicação entre a coordenação. A amostra avaliou os materiais e componentes da estrutura, bem como dos materiais tecnológicos do evento como parcialmente inadequados, a medida que 45,90% e 54,10%, respectivamente responderam discordar parcialmente de que esses componentes estejam atendendo as necessidades do público. As médias de ambos foram iguais, estando abaixo do

número mediano da escala 3, o que mostra que é um ponto que deve melhorar. Convergindo para esse resultado, o item 6 traz como resultado que a amostra avalia que, no geral a disposição e quantidade dos tatames não suporta de forma satisfatória a quantidade de participantes, prova disso foi que 67,21% dos respondentes da amostra julgaram como inadequado totalmente ou inadequado parcialmente o item. Paralelamente, pode-se inferir que a participação de empresas terceirizadas na produção pode favorecer um nível de entrega de maior qualidade, principalmente no que diz respeito a estrutura, à medida que como foi exposto nos itens de pré-transação, através da observação direta, não foi observado significativa participação de empresas terceirizadas. Também se percebeu, no geral, que a amostra avaliou a higiene e quantidade dos banheiros como não adequada. Através da observação direta não constatou-se limpeza aos banheiros em nenhum horário. Pesquisou-se o valor unitário de cada banheiro químico e o valor médio encontrado foi de R\$ 50, este, capaz de atender cerca de 200 pessoas. Havia apenas 2 vasos para o atendimento de todo o público. O banheiro estava sem luz e parcialmente alagado. Não havia papel higiênico. A situação era semelhante no banheiro feminino. O item 4, vem mais uma vez fortalecer a percepção geral do público sobre os aspectos de estrutura, uma vez que atingiu 42,62% de discordâncias no que diz respeito as usuais escolhas da produção em relação a fornecedores, 42,62% não acreditam que a produção efetua a melhor escolha dessas empresas terceirizadas.

39,34% dos respondentes, afirmaram que a execução das lutas ocorre de forma parcialmente desorganizada. Porém, dentro da mesma amostra, observou-se que ao somarmos as porcentagens atingidas pelos números 4 e 5 da escala desse item encontra-se uma visão contrastante de 52,46% afirmando justamente o contrário. Essa visão contrastante pode ser fruto da diversidade do público e dos diferentes níveis de serviço que cada público está sujeito a aceitar, dado as condições do evento. Do que se viu, infere-se que o espaço das lutas poderia ser melhor preservado, dado que não havia um controle rígido de entrada de pessoas nas áreas de luta. Porém, não viu-se tatame vazio sem lutas em nenhum momento o que mostra que as áreas de luta estavam sendo utilizados ao máximo, reforçando a análise da amostra acerca do item 6. Ainda no que diz respeito à organização das lutas, o item 8

evidenciou, na percepção do público, mesmo também havendo contraste no entendimento da amostra, que, no geral, não há perceptível preocupação dos coordenadores da luta em manter o cronograma no horário. Se somarmos as porcentagens dos números 1 e 2 da escala e compararmos com os números 4 e 5 da escala encontramos a seguinte visão contrastante de 50,82% e 44,26%, respectivamente. O que se viu foram atrasos superiores a duas horas, ocasionados por erro no dimensionamento da estrutura necessária, ou seja, o número de tatames não suportou o número de atletas dentro do escopo de tempo de cada luta, que varia de 5 a 10 minutos, a depender da categoria. Convergindo com alguns comentários encontrados na própria página de Facebook da FJJJB, dentre eles: “Os novatos e futuros competidores, eram os que mereciam mais respeito, mas não, tiveram que esperar mais de 4 (quatro) horas para competir, já cansados e com fome”.

O item 9, evidenciou que a amostra avalia a organização como despreparada em relação a capacidade para resolver alguma eventual interrupção no programação do campeonato, 49,15% afirmaram despreparo total e 32,79% afirmaram despreparo parcial, juntos formam um índice de 81,97%.

A disponibilidade de transporte ao local do evento é vista, no geral, de forma neutra, atingindo 32,79%. Porém, 31,15% da amostra afirma que este é um atributo relevante. A grande maioria dos campeonatos é realizada no sábado ou domingo, ocasionando a dificuldade de acesso ao transporte público pela sua indisponibilidade nos finais de semana.

Em relação à disponibilidade e acesso a equipe de produção, temos que 37,70% da amostra afirma que esta não é facilmente encontrada no que diz respeito à disposição em ouvir nos casos onde há a necessidade de fazer alguma reclamação. Também 37,70%, afirmaram que a equipe não está bem localizada e bem distribuída, se somarmos os números 1 e 2 da escala temos um total de 60,66% que afirmam problemas nessa distribuição e destaque da equipe.

A amostra avaliou, no geral, o evento como não preocupado com os resíduos deixados no local. Não se viu lixeiras que pudessem atender a demanda. As arquibancadas estavam muito sujas. Não havia coleta seletiva de

nenhum tipo. Não havia equipe de limpeza contratada. A soma dos números 1 e 2 da escala atingiram 85,25% dos respondentes.

O item 14 buscou entender se a amostra percebia melhora nos itens previamente apontados como deficitários. 44,26% afirmou que não. Somando-se os números 1 e 2 esse número supera os 67%.

O evento é seguro pela perspectiva da amostra, dado os índices que concordam com a afirmativa de que o evento não necessitava de segurança privada ou de apoio da Polícia Militar atingiram ao todo 83,61%, onde 47,54% concordam parcialmente e 36,07% concordam totalmente. O público de respondentes, no geral, observou que a área destinada a alimentação dos participantes do evento não atende a demanda, não é limpo e organizado. Do total, 47,54% concordam totalmente e 31,15% concordam parcialmente, gerando um total de 78,69% de insatisfeitos com o espaço. Observou-se que em um local onde está sendo realizado um evento esportivo para atletas, o elemento oferecido não era da qualidade adequada, se constituindo de frituras, massas, refrigerantes, o que vai contra um estilo de vida saudável, comum aos adeptos do esporte. Além disso, verificou-se que na parte externa haviam dois ou três ambulantes comercializando água e açaí e nada mais.

A maioria dos respondentes destaca que o evento não está preparado para atender alguma emergência média séria caso seja necessário. Isso foi apontado majoritariamente por 39,34%, do total que concordam parcialmente ou totalmente com o exposto acima temos 70,49% o que mostra um risco para os atletas. Segundo trecho do exposto por um participante do evento na página do Facebook da FJJB depois do evento, podemos afirmar que pode estar havendo negligência com a questão. “A “EQUIPE MÉDICA” era um FIASCO! NÃO demonstrava o mínimo de treinamento para lidar com TRAUMA! Vi atleta com trauma cervical receber MASSAGEM NO PESCOÇO, ser instruído a movimentar a cabeça, levantar, caminhar, sem qualquer proteção!”.

Os itens 18 a 25 trataram da sensibilidade do respondente na tomada de decisão entre a participação ou não de um campeonato. Todos os itens apresentaram mais de 50% dos respondentes entre os números 4 e 5 da escala, ou seja, concordam que são sensíveis a tomada de decisão em relação a todos os critérios apresentados. O itens que tiveram porcentagens acima de



80% foram, em primeiro, com 90,16%, o item que trata da manutenção de um cronograma alinhado com o divulgado/planejado, ou seja, a maioria esmagadora dos respondentes afirmam que uma das decisões importantes para escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu é que os horários das lutas ocorram da forma prevista no cronograma divulgado. Em segundo, com 86,89%, o item que trata da atratividade em relação a premiação, ou seja, 80,89% da amostra, afirma que uma premiação atrativa tende a fazê-los participar de uma competição. Em terceiro, com 85,25%, o item sobre limpeza do espaço. Assim, fica claro que existem pontos principais para atenção na promoção de um campeonato no futuro. O item 19 obteve 54,10% dos respondentes entre os números 4 e 5 da escala, o menor valor percentual desse grupo de perguntas. O que surpreendeu, dado que existem tipos de tatames muito melhores, tanto sob a perspectiva da diminuição de impacto e tanto sob a perspectiva estética do objeto. Dentro do esperado, os índices foram considerados abaixo da expectativa.

A pesquisa também aponta como questionamento as questões apresentadas na Figura 6.

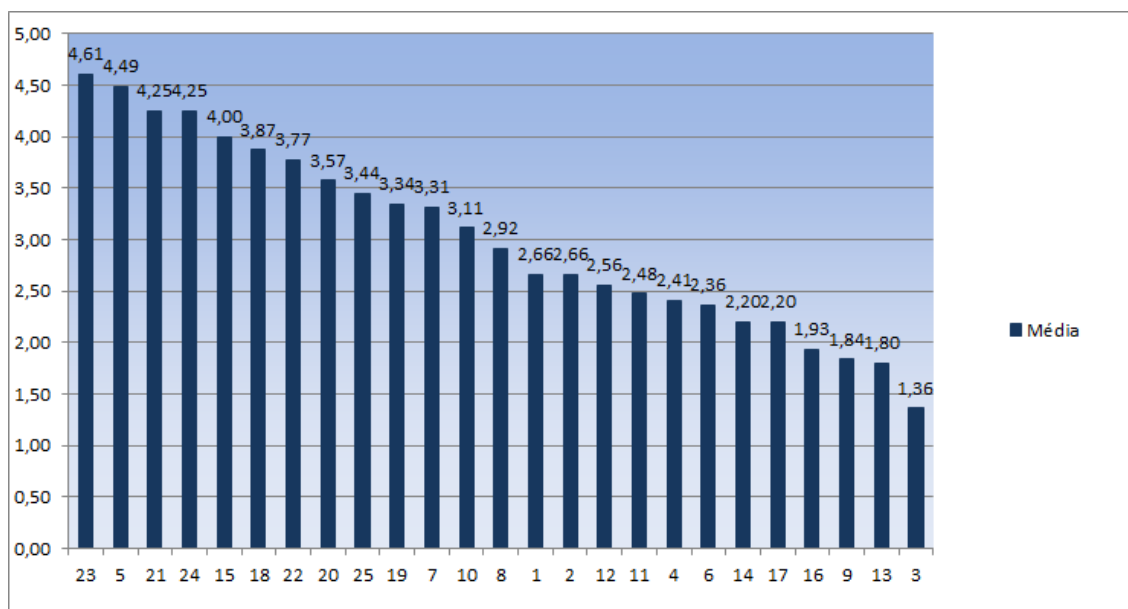


Figura 6: Transação – Média para Nível de Serviço.

Constata-se que dos 5 itens que obtiveram média acima de 4, 4 não apontam para qualidade do nível de serviço prestado, mas para a sensibilidade de decisões dado um critério específico e para a percepção sobre a reutilização do material, o que não é bom nem ruim. Assim, podemos avaliar que apenas o item 15 comprovou, no geral, atingir os níveis de satisfação adequados.

Dos 4 itens que obtiveram a média abaixo de 2, o item que mede a limpeza e quantidade dos banheiros foi o pior avaliado, atingindo uma média de 1,36. Sendo seguido pelos itens 13, 9 e 16, com médias de 1,80, 1,84 e 1,93, respectivamente. Assim, os pontos que merecem urgência na mudança do nível de serviço entregue devem ser a limpeza e a disponibilidade de mais banheiros, a disponibilização de lixeiras por todo evento, a preparação para alguma eventual interrupção que culmine em atrasos no cronograma e o atendimento eficiente às demandas de alimentação em relação a limpeza, organização e tamanho de estrutura para atendimento a quantidade esperada de atletas.

Ballou (2001) afirma que é pelo nível de serviço ao cliente, que se agrega valor ao produto vendido. Entender então as necessidades e preferências do cliente/usuário, de forma a melhor atendê-lo, passa a ter uma importância capital na estratégia competitiva da empresa (Novaes, Vieira; 1996). Algumas empresas monitoram seu desempenho logístico através da obtenção de dados junto aos clientes. Periodicamente é enviado questionário anexado ao produto, para que o cliente opine sobre itens como condições do pedido, exatidão no seu atendimento, tempo de entrega (datação do pedido na expedição e na entrega), facilidade de comunicação com a empresa. A prestação do serviço ao cliente, bem elaborada, é uma ferramenta importante que pode garantir, além de uma satisfatória demanda, a fidelização de clientes com grandes potenciais. Não percebeu-se uma preocupação nesse sentido da parte dos organizadores.

Ficou evidenciado que a coordenação do Campeonato não tem dado importância ao nível de satisfação dos seus clientes, tendo como base 52.46% de respostas nesse sentido. O que denota que, limitando-se à amostra analisada, o que gera a fidelização é o amor pelo Jiu Jitsu e o seu comprometimento com os ideais da luta e não a satisfação com a organização dos campeonatos.

### 4.2.3 Percepção quanto aos elementos de nível de serviço de pós-transação

A Tabela 6 apresenta os elementos avaliados no que se referem aos elementos de pós-transação, ou seja, após o término do evento.

Pós-transação		Nível de serviço					
#	Item	Média	1	2	3	4	5
1	Limpeza e organização pós evento	2,48	32,79%	4,92%	50,82%	4,92%	6,56%
2	Preocupação com a percepção do público sobre satisfação e qualidade	2,02	52,46%	24,59%	1,64%	11,48%	9,84%
3	Saúde e bem estar pós evento	2,02	57,38%	24,59%	6,56%	6,56%	4,92%
4	Avaliação geral do campeonato	3,57	8,20%	14,75%	9,84%	45,90%	21,31%

Tabela 6: Nível de serviço - Pós-transação

Tabela 6: Pós-Transação – Nível de Serviço.

Os itens analisados nesta fase são relacionados à limpeza e organização do espaço pós evento, à preocupação por parte da organização com a percepção do público quanto a satisfação e qualidade, à preocupação com a saúde e bem estar pós evento e à avaliação geral do evento por parte dos respondentes. No item 1, com 50,82% da amostra, a maioria dos respondentes não possuíam uma opinião formada sobre a questão e optaram pelo número 3 da escala, indicando que são neutros na avaliação do item. Porém, paralelamente a isso, tivemos 32,79% da mesma amostra avaliando que caso retornem ao local do evento após seu encerramento vão perceber que o espaço continuará sujo e desorganizado, tal qual como na realização do evento. Se avaliarmos a soma dos números 1 e 2 em contraste a soma dos percentuais dos números 4 e 5 da escala, vamos obter 37,70% reforçando a análise inicial contra apenas 11,48% que avaliaram que o local estaria limpo e organizado pós evento.

No item 2, sendo a soma dos números 1 e 2 da escala igual a 77,05%, observou-se que, no geral, a percepção da amostra indica que não há preocupação da organização com a percepção do público em relação a satisfação e qualidade, ou seja, isso indica que é possível que a organização desconheça muitas das insatisfações que nesse trabalho ficaram evidenciadas.

No item 3, com uma soma entre os números 1 e 2 ainda maiores, atingindo 81,97%, a maioria da amostra observou que não há preocupação da organização, representados pelos coordenadores de luta, com a saúde e bem estar dos atletas do campeonato pós evento.

No item 4, a maioria dos respondentes, a despeito dos problemas encontrados, com 45,90% afirmaram que concordam parcialmente com a afirmação de que, em geral, avaliam a experiência no campeonato e nos demais campeonatos de Jiu Jitsu promovidos em Brasília como positiva. Se somarmos os números 4 e 5 da escala, obtivemos 67,21%, onde 5 na escala representa os que concordaram totalmente com a afirmativa acima, atingindo 21,31%. O resultado do item impressionou, dado uma discrepância com o encontrado nas avaliações de pré-transação, transação e dos demais itens da pós-transação. A FJJJB é única responsável pela realização de eventos desse tipo, assim ficou a percepção de que talvez a amostra não tenha base comparativa na avaliação do que é excelente, bom, regular, ruim ou péssimo, apesar de ficar claro que sob as várias perspectivas encontradas nesse trabalho apontaram para um nível de serviço ofertado que não atende as necessidades dos clientes apesar do campeonato e eventos desse tipo terem sido bem avaliados.

No Facebook da Federação de Jiu Jitsu de Brasília, foram observados alguns dos comentários realizados por participantes do Campeonato.

“A organização deste campeonato foi um vexame, mentira, para ser um vexame precisava melhorar muito. Uma competição que foi paga, deveria ao menos ter lixeira, luz nos banheiros, e organização, o que não teve. Os novatos e futuros competidores, eram os que mereciam mais respeito, mas não, tiveram que esperar mais de 4 (quatro) horas para competir, já cansados e com fome. Não foram nem uma, nem duas famílias e grupos de amigos que vieram de longe para apoiar e não aguentaram tamanha demora e foram embora tristes por não poderem ver a luta. O banheiro e não tinha luz, muito menos papel higiênico, pessoas com se segurando por mais de horas para ir ao banheiro, por que a situação do banheiro era deplorável. Sem falar nas arquibancadas e nas grades, onde pessoas se machucaram em pontas de ferro enferrujado, correndo risco de pegar tétano. E cachorro fazendo xixi na área de aquecimento? Bem improvável né? Mas até isso aconteceu! Por esses motivos que o esporte não é valorizado, porque o atleta não é valorizado. Precisa melhorar muito pra ficar ruim”. **12 de junho de 2016, às 23:43h**

“Concordo! Tudo o que ele escreveu aconteceu de fato. Ainda tenho informações a acrescentar ao VEXAME: Não sou de Brasília e tentei chegar ao local do evento através do link que foi disponibilizado na propaganda do evento (onde se fazia a inscrição, no site Sou Competidor) e PASMEM OS SENHORES: o endereço fornecido levava "o pobre infeliz" ao PARK WAY e PIOR: lá aquele maldito mapa fazia você ficar RODANDO EM CIRCULOS, INDEFINIDAMENTE, num lugar a ermo! Imagina uma mulher sozinha com um pneu furado num lugar daqueles! Só Deus mesmo! Quando finalmente cheguei no local do evento com 1 hora e 40 minutos de atraso do previsto me deparei com um lugar SUJO, MAL ILUMINADO, SEM O MÍNIMO DE ORGANIZAÇÃO E PIOR: SEM A PREOCUPAÇÃO COM AS VIDAS QUE LÁ ESTAVAM! Vou explicar: A "EQUIPE MÉDICA" era um FIASCO! NÃO demonstrava o mínimo de treinamento para lidar com TRAUMA! Vi atleta com trauma cervical receber MASSAGEM NO PESCOÇO, ser instruído a movimentar a cabeça, levantar, caminhar, sem qualquer proteção! Depois de um longo tempo, tendo o atleta esboçado ânsia de vômitos, sentado numa cadeira qualquer, foi improvisada a imobilização do pescoço e liberado com um leigo para ir embora! É INADMISSÍVEL tal conduta! O TRAUMATIZADO DEVERIA TER RECEBIDO IMEDIATAMENTE NO TATAME UM COLAR CERVICAL, TER SAÍDO DO GINÁSIO EM PRANCHA IMOBILIZADO E SER CONDUZIDO POR AMBULÂNCIA ATÉ UM HOSPITAL. PELO AMOR DE DEUS, BOTEM A MÃO NA CONSCIÊNCIA!”. **13 de junho de 2016, às 10:15h**

“Concordo com o que os comentários citados acima, acho que foi desempenhado uma boa grana dos atletas, fora auxílios do governo para a nossa Federação estar disponibilizando pelo menos o mínimo de condições higiênico sanitárias nos sanitários para os atletas, familiares entre outros que estavam no local para prestigiar aquele momento, e mais organização com os horários das lutas, houve atrasos com uma margem de erro absurdas, enfim, creio que devemos cuidar melhor do nosso esporte e de todos que o praticam”. **13 de junho de 2016, às 11:29h**

“Mas tenho certeza que tem pessoas por tras da organização que de coração tentaram fazer e dar o melhor pra nós atletas e prezam pelo nosso esporte e isso tem que ser levado em conta , estes desconsiderem qualquer critica, oss!” **13 de junho de 2016, às 12:06h**

Como percebe-se pelos comentários dos participantes, há indicação de que as necessidades e preferências dos expectadores/atletas foram ignoradas pela organização do campeonato, identificados pela avaliação negativa quanto aos níveis de serviço oferecidos pela maioria dos respondentes. Dessa forma, infere-se o pouco esforço da Federação de Jiu Jitsu de Brasília-FJJB em

conhecer a satisfação do seu cliente, limitando-se à análise da amostra considerada para este trabalho, o que por sua vez pode dificultar na determinação do nível de serviço planejado.

Percebeu-se que os organizadores não consideraram essencial manter contato com o cliente, captando suas opiniões e interesses, para implementar melhorias e aperfeiçoar a logística de entrega de um serviço com qualidade. Verificou-se também, que apesar de possuir uma página no Facebook, o que significa possuir uma ferramenta de grande amplitude, dado as 5628 curtidas, a Federação não a utiliza para conhecer a satisfação dos seus clientes e nem mesmo foi dado um feedback aos comentários postados, ou seja, a análise das redes indica duas coisas: a primeira que não há uma gestão adequada da página favorecendo desconhecimento de requisitos de qualidade dos clientes e/ou que há uma falta de priorização completa no atendimento das insatisfações dado a falta de concorrência. Transcrevo a fala de um dos respondentes do questionário: “A Federação é do meu marido...”. Esta fala demonstra uma apropriação do bem público e mostra que o Jiu Jitsu em Brasília pode estar perdendo pela federação estar nas mãos de quem está.

Em síntese percebe-se que os elementos mínimos do nível de serviço, no que tange aos elementos de pré-transação (planejamento e divulgação do evento, suprimentos); transação (estrutura para a execução do evento, alimentação, segurança, higiene e limpeza, acessibilidade) e pós-transação (limpeza, gestão dos resíduos, avaliação da satisfação e serviços pós-venda) não foram considerados no evento, objeto do estudo. Infere-se desta forma que, limitando-se à análise da opinião da amostra considerada, não houve profissionalização na organização do evento, em termos de aspectos logísticos.

A pesquisa também aponta como questionamento as questões apresentadas na Figura 7.

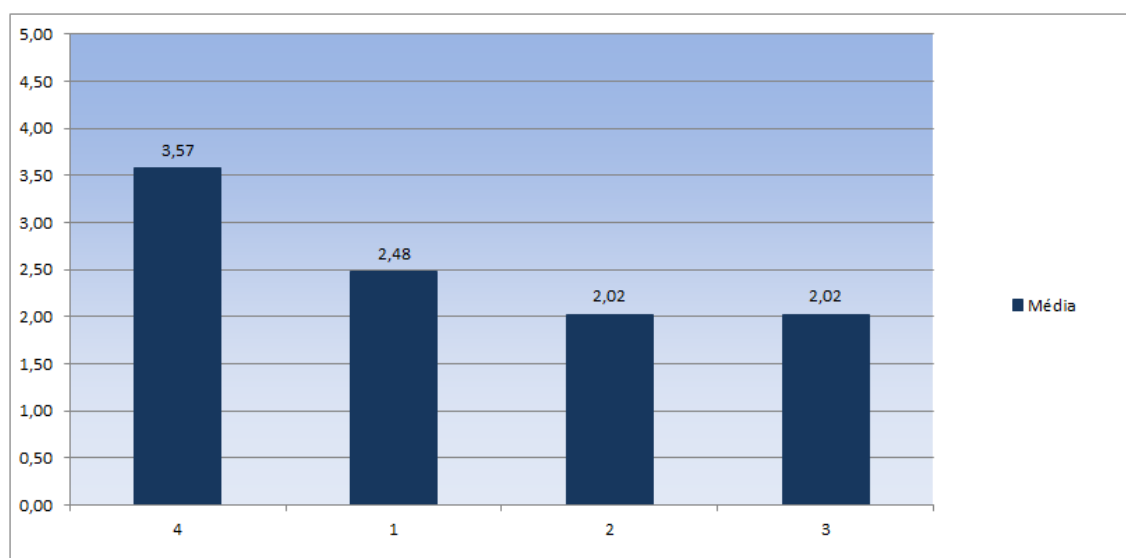


Figura 7: Pós-Transação – Média para Nível de Serviço.

Na média, nos itens de pós-transação, não houve um item sequer avaliado acima do número 4, logo, podemos inferir que os itens de pós transação não tiveram representantes atendendo a qualidade esperada pelo público. O item melhor avaliado foi o item 4 que mede a avaliação geral do evento, atingindo uma média de 3,57.

Os itens que tiveram as médias mais baixas foram os itens 2 e 3, com 2,02 ambos. Assim, infere-se que a experiência pós-evento pode ser melhorada.

## 5 CONCLUSÃO

Há muito que o serviço logístico se transformou em um meio para que as empresas possam prover os serviços considerados importantes para os seus clientes. Construir parcerias, satisfazendo as suas necessidades e possibilitando relações empresa/fornecedor de serviço/cliente/consumidor. Imbuídos desta premissa, os fornecedores de serviço/empresas devem ter a consciência de que a estratégia utilizada para alcançar este objetivo deve ser variável, adaptada aos diversos eventos diferentes organizados, tendo conhecimento correto da amplitude e da extensão desta linha de serviços necessários para cada um.

Apesar de não ser possível mensurar com precisão um serviço, especificamente no caso do campeonato de Jiu Jitsu No-Gi promovido pela Federação de Jiu Jitsu de Brasília-FJJB, percebeu-se uma necessidade de um processo logístico e ações mais eficientes a fim de potencializar o valor do serviço final entregue a seus clientes. Sendo assim, o objetivo principal deste trabalho foi o de analisar a organização e a percepção do público e atletas do Campeonato de Jiu Jitsu No-Gi 2016, quanto à sua estrutura logística. Faz-se necessário explicar, que nesta pesquisa os resultados não foram separados entre o público e atletas, visto que os expectadores de eventos esportivos de Jiu Jitsu possuem uma característica peculiar única: é composto por pessoas que praticam o esporte, mas neste Campeonato estavam como expectadores.

Através da exploração e construção de um referencial teórico e do instrumento de pesquisa empregado, o objetivo da pesquisa foi atingido. O questionário me apresentou a visão dos usuários/público sobre a percepção da logística utilizada e o referencial teórico permitiu fazer a relação da literatura sobre logística com a prática utilizada no evento.

No que diz respeito aos itens de pré-transação, conseguiu se concluir que o cliente, representado pela amostra, valoriza, no geral, mais um campeonato que se preocupa com questões ambientais e que isso pode abrir portas para investimento em ações cooperadas junto do público no que diz respeito à coleta seletiva ou à promoção de eventos com geração de carbono zero.



Também podemos concluir que a visualização das lutas não foi um problema relevante. As plataformas nas redes sociais são subutilizadas e que não há gestão adequada das mesmas, favorecendo a uma comunicação não fluída com os consumidores afetando a transmissão de informações relevantes do campeonato. A participação de empresas terceirizadas não foi significativa e que a contratação das mesmas tende a afetar a melhora da estrutura do evento, porém, aumentando o custo. A organização precisa mudar a imagem de despreparo que possui em relação à capacidade de resposta frente a algum problema inesperado se planejando previamente e executando melhorias contínuas no evento. A acessibilidade aos portadores com deficiência foi mínima. A escolha do ginásio foi errada dado que o mesmo não estava preparado para receber o volume de atletas, ginásio pequeno, e que sua estrutura estava com problemas afetando o evento, principalmente em relação aos banheiros.

No que diz respeito aos itens de transação, conseguiu se concluir que o cliente, representado pela amostra, os materiais e componentes da estrutura e os de cunho tecnológicos são inadequados, ou seja, deve-se fazer uma revisão mais apurada sobre as necessidades dos eventos atrelando isso a quantidade de público esperada. Conclui-se também que o número e disposição de tatames não suportou a quantidade de atletas. Houve negligencia por parte da organização com a limpeza dos banheiros, dado que não foi contratada empresa para o serviço. Não houve engajamento da produção para se dirimir os atrasos gerados, ocasionando em atrasos sucessivos. A disponibilidade de transporte ao local do campeonato foi irrelevante. A equipe deve estar melhor destacada e distribuída. Não houve preocupação com os resíduos deixados pelo público, ocasionando em acúmulo de lixo por todo evento. O público não percebe a FJJB como uma organização que melhora a produção a cada evento. Conclui-se ainda que o evento é seguro. A área de alimentação deve ser limpa com mais frequência e que o mix de serviço ofertado deve contemplar a demanda por completo, seja em níveis de estoque e de variedade de produtos alinhados, evitando-se frituras. A equipe médica deve ser trocada ou mesmo o fornecedor a fim de mudar a percepção de despreparo no atendimento de emergências médicas. Para eventos futuros, destaca-se a atenção em manter o cronograma no horário, na oferta de premiações mais

atrativas, na implementação de sorteios e brindes no evento, na mudança da qualidade do tatame do evento, na promoção de atividades paralelas, em uma estrutura de ponta no geral e no investimento em uma comunicação mais atrativa, pré-evento, no evento e pós-evento.

No que diz respeito aos itens de pós-transação, conseguiu se concluir que a organização deve manter o espaço pós evento limpo. Também que a organização deve buscar formas de conhecer a percepção do cliente pós-evento a fim de captar insumos para melhoria do serviço e fidelização de consumidores, além é claro em investir tempo pensando em formas de fazer com que o cliente se sinta, de fato, assistido em relação a sua saúde. O campeonato foi avaliado como positivo, porém, dado os níveis de pré, transação, e pós, deixam evidente que existe muito trabalho a fazer para que os níveis de serviço logístico sejam atendidos.

Como principal limitação do estudo destaca-se a dificuldade em levantar os dados. Um Campeonato como o que foi objeto do estudo, é um evento de um só dia e seus participantes estão focados em observar as lutas e/ou se prepararem para elas. Muitos não se dispuseram a responder o questionário, resultando uma amostra pequena, porém significativa, por serem os respondentes expectadores e praticantes/competidores de Jiu Jitsu. Sugere-se que estudos futuros analisem o panorama em outras localidades, nos estados onde há uma maior representatividade no esporte, do nível de serviço de eventos de Jiu Jitsu no geral. Que trabalhos futuros possam criar um manual de produção aplicado a eventos desse tipo favorecendo o crescimento do esporte a nível Brasil. Sugere-se ainda que possa haver um trabalho junto a um organizador na produção de vários eventos e que o trabalho mostre na prática a evolução da aplicação da teoria e os ganhos alcançados. Além disso, que se realizem mais estudos de cunho mercadológico na modalidade esportiva Jiu Jitsu.

Avaliou-se o instrumento como extenso e isso pode ter afetado as respostas de alguns respondentes da amostra. Sugere-se que ele seja dividido em instrumentos menores, dividido por níveis de serviço de pré-transação, transação e pós-transação ou por eixo temático. Sugere-se que a aplicação seja feita com base em um maior número de eventos a fim de se aumentar a

amostra e que o panorama se estenda de forma a gerar maior clareza e confiança do que se propõe pesquisar.

Portanto esta pesquisa elucidou a logística no evento esportivo intitulado como Campeonato Brasiliense de Jiu Jitsu No-Gi 2016, ressaltando as fases dos elementos do serviço logístico (pré-transação, transação e pós-transação). A comparação dos elementos de níveis de serviço logístico – pré-transação, transação e pós-transação, com as fases da organização do Campeonato desnudaram a atuação dos organizadores, evidenciando aspectos de falhas na produção deste. Tal levantamento, pode ser considerado para que a federação reavalie o serviço logístico prestado a seus clientes, de modo a indicar novos caminhos para melhoria e aperfeiçoamento, sendo esta uma contribuição deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. C, Logística de Eventos Musicais Análise de Percepção dos Organizadores e do Público, monografia, Unb, 2013.

ASCOM, GOVERNO DE BRASÍLIA, Brasília na Rota dos Grandes Eventos Esportivos. Disponível em: < <http://www.esporte.df.gov.br/sala-de-imprensa/noticias-do-esporte/item/2288-bras%C3%ADlia-na-rota-dos-grandes-eventos-esportivos.html>>. Acesso em 18 de junho de 2016.

ALLEN, J; O'TOOLE, W; MCDONNELL, J.; HARRIS, R. Organização e Gestão de Eventos. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

ANDRADE, M. M. Introdução à Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 2010.

BÁEZ, E; FRANCHINI, E; RAMÍREZ-CAMPILLO, R; CAÑAS-JAMETT, R; HERRERA, T; BURGOS-JARA, C; & HENRÍQUEZ-OLGUÍN, C. Anthropometric Characteristics of Top-Class Brazilian Jiu Jitsu Athletes: Role of Fighting Style, 2014. Disponível em < [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022014000300048&script=sci\\_arttext&lng=en](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022014000300048&script=sci_arttext&lng=en)> Acesso em 20 de abr. 2016.

BALLOU, R. H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.

BALLOU, R.H., Business logistics - importance and some research opportunities, Revista Gestão & Produção, v.4, n.2, p. 117-129, ago. 1997.

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial. Tradução de Raul Rubenich, 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BARROS, C. F; CONSENZA, C. A. N. Usando Lógica Fuzzy em Mega-eventos de Esportes: Um Sistema de Avaliação de Impactos, 2008. Disponível em <<http://www.klam.com.br/labrisk/arquivos/Usando%20Logica%20Fuzzy%20em%20Mega-eventos%20de%20Esportes-Um%20Sistema%20de%20Avaliacao%20de%20Impactos.pdf>> Acesso em 20 de abr. 2016.

BARTHOLOMEU, D; MONTIEL, J. M; MACHADO, A. A. Evidência de validade de estrutura interna do Competitive State Anxiety Inventory em uma amostra brasileira, 2014. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1980-65742014000200158&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-65742014000200158&lang=pt)> Acesso em 20 de abr. 2016.

BRASIL, B; CHIVIAKOWSKY, S; DEL-VECCHIO, F. B; ALBERTON, C. L. Comparação do equilíbrio dinâmico entre praticantes de Brazilian Jiu-Jitsu com diferentes níveis de experiência. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1807-55092015000400535&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-55092015000400535&lang=pt)> Acesso em 20 de abr. 2016.

BRITTO, J.; FONTES, N. Estratégias para Eventos: Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CARDOSO, F. G; VIEIRA, J. G. V. V; SILVA, J. E. A. R; FIGUEREDO, A. M. Avaliação do Nível de Serviço Logístico de uma Empresa Distribuidora de Autopeças. Revista Produção Online, v. 14, n.4, out-dez. 2014.

CARVALHO, A. T.; MAIA, C.R. A Qualidade em Serviços de Logística. IETEC, 2016.

CHRISTOPHER, M. A Logística do Marketing. 4 ed. São Paulo: Futura, 2002.

CHRISTOPHER, M. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimento. São Paulo: Pioneira, 1997.

CRESWELL, J. W. Projeto de Pesquisa: métodos qualitativos e mistos. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CSCMP - Council of Supply Chain Management Professionals. Supply Chain Management: Terms and glossary, February, 2010. Disponível em: <<http://cscmp.org/resources-research/glossary-terms>> Acesso em: 12 de março de 2016.

DACOSTA, L. P.; TERRA, R.; PINTO, L. M.M.; RODRIGUES, R. P. Legados de Megaeventos Esportivos. Ministério do Esporte Sistema CONFET/CREFs. 2018. Disponível em <[http://www.esporte.gov.br/arquivos/ascom/publicacoes/Legados%20de%20Megaeventos%20Esportivos\\_Portugus\\_e\\_Inglis.pdf](http://www.esporte.gov.br/arquivos/ascom/publicacoes/Legados%20de%20Megaeventos%20Esportivos_Portugus_e_Inglis.pdf)> Acesso em 29 de maio de 2016.

DUARTE, J. D. O. Organização e gestão de eventos: métodos e técnicas e a sua aplicação na actividade das empresas de eventos. Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2009.

EMBRATUR; Anuário Estatístico Embratur. Ministério do Turismo/Instituto Brasileiro de Turismo/Diretoria de Estudos e Pesquisa, Brasília, v.33, 2007.8

FACEBOOK, página da FJJB, junh-2016.

FERREIRA, L. H. N; OLIVEITA, C. Análise do Nível de Serviço Logístico no Projeto “Viva Leite” na Cidade de Botucatu/SP, FATEC, São Paulo, 2015.

FLEURY, Paulo Fernando. Perspectivas para a Logística Brasileira. São Paulo Atlas, 2002.

GAFFNEY, C.; MELO, E. S. O. Mega eventos Esportivos no Brasil: Uma Perspectiva Sobre Futuras Transformações e Conflitos Urbanos, 2010. Disponível em < [https://www.academia.edu/648607/Mega-eventos\\_esportivos\\_para\\_quem](https://www.academia.edu/648607/Mega-eventos_esportivos_para_quem) > Acesso em 29 de abr. 2016.

GIACAGLIA, M. C. Organização de Eventos: Teoria e pratica. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5 Ed., São Paulo: Atlas, 2007.

GONCALVES, A. M. P. de M, Logística Reversa, Redução de Custos e Estratégias Competitivas, 2011.

GUARNIERI, P.; CHRUSCIACK, D.; OLIVEIRA, I.; HATEKEYAMA, K.; SCANDELARI, L. WMS - Warehouse Management System: adaptação proposta para o gerenciamento da logística reversa. Revista Produção, São Paulo, v. 16, n.1, abr. 2006.

GUARNIERI, P.; HATAKEYAMA, K. Formalização da Logística de Suprimentos: caso das montadoras e fornecedores da indústria automotiva brasileira. *Revista Produção*, Recife, v. 20, n.2, p. 186-199, abr./jun. 2010.

LEITE, P. R. *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade*. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LEITE, P. R.; BRITO, E. P. Z.; MACAU, F.; POVOA, A. O Papel dos Ganhos Econômicos e de Imagem Corporativa na Estruturação dos Canais Reversos. *Gestão Organizacional*, v. 4, n. 4, 2006.

LEITAO, F. O; COELHO, L. B; SILVA, W. H; SILVA, M. A; RODRIGUES, D. J. Nível de Serviço Logístico de uma Revendedora de Bebidas de Unaí-MG. XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Fortaleza, 2015.

MACHLINE, C. Cinco décadas de logística empresarial e administração da cadeia de suprimentos no Brasil. *Revista de administração de empresas*, São Paulo, v.51, n. 3, jun. 2011.

MARCHESINI, M. M. P.; ALCÂNTARA, R. L. C. Conceituando o Serviço Logístico e Seus Elementos. *Revista de Ciência e Tecnologia*, v.17, n.33, jan-jun, 2012.

MARCONI, M.de A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2010.

MATIAS, M. *Organização de Eventos*. São Paulo: Manole Ltda., 2001.



MAZZOCCANTE, R. P.; SOUSA, I. R. C.; MOREIRA, S. R.; PRESTES, J.; SIMÕES, H. G.; CAMPBELL, C. S. G. O período do dia afeta a resposta de pressão arterial de 24 horas para uma sessão aguda de exercício combinado no brasileiro de jiu jitsu atletas. Disponível em < [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1980-65742015000300281&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-65742015000300281&lang=pt)> Acesso em 27 de abr. 2016.

MEIRELLES, G. F. Tudo Sobre Eventos. São Paulo: STS, 1999.

MONTEIRO, F. A Logística das Olimpíadas Rio 2016. 2015. Disponível em: < <http://www.ilos.com.br/web/a-logistica-nos-jogos-olimpicos-rio-2016/>> Acesso em: 17 de março de 2016.

NOVAES, A. G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: Estratégia, Operação e Avaliação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

NOVAES, A. G.; VIEIRA, H. F. O Nível de Serviço Logístico-Portuário sob a Ótica dos Exportadores. Revista Gestão e Produção, UFSC, v. 3, n. 3, dez, 1996.

NUNES, E. E. F. Logística de Eventos Esportivos Estudo de Casos das Copas da Alemanha e da África do Sul, UEC-LALT, São Paulo, 2011.

OLIVEIRA, N. R. C; STADNIK, A. M. W. Grandes Eventos Esportivos: Um olhar sobre o contexto europeu e o seu movimento de esporte para todos na atualidade. Motrivivência, ano XVIII, n-27, dez, 2006.

OLIVEIRA, T. M. V. Amostragem não probabilística: adequação de situações para o uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas. Administração on line, v. 2, n. 3, jul-ago-set. 2001.

PORTER, M. E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Elviesier, 1989.

RAZZOLINI FILHO, E. Supply Chain Management - SCM Uma tentativa de conceituação. Tuiuti: Ciência e Cultura, Curitiba, v. 3, nº24, p. 79-98, 2001.

RUPERT, M.; PORTUGAL, L. S.; UFRJ. GUILART, A.; USB – Venezuela. Cadernos – Polos Geradores de Viagens – Orientados à Qualidade de Vida e Ambiental – Eventos Especiais: Mega Eventos Esportivos, jan, 2012.

SEBRAE. A Copa do Mundo é nossa. Revista Conexão Sebrae. São Paulo: Ano V, n. 32, set-out. 2012.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. Florianópolis: UFSC, 2001.

SILVA, P. S. F., COLENCI, Jr. A., A Função Marketing Utilizada para Reter Clientes, Obter a Maxima Lucratividade e Fazer a Integração da Cadeia de Valores, 1996.

SOARES, T.; PEREIRA, S.T. O evento como estratégia discursiva da marca: Comunicação organizacional e gêneros musicais na análise do Skol Beats. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.

TAYLOR, D. A. Logística na cadeia de suprimentos: uma perspectiva gerencial. Tradução de Claudia Freire. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

TONTINI, G.; ZANCHETT, R. Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. *Revista Gestão e Produção*, São Carlos, v. 17, n. 4, p. 801-816, 2010.

TRANCHITELLA, M. O Gerenciamento de Riscos em Eventos Esportivos: Um Estudo com Corridas de Rua, Universidade do Porto, 2013.

## APÊNDICE

### Apêndice A – Instrumento de Pesquisa

#### QUESTIONÁRIO – Público de campeonatos esportivos de Jiu Jistu

Questionário do trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração pela Universidade de Brasília (UnB).

Este questionário foi uma adaptação do instrumento de pesquisa construído por Albuquerque (2013).

Esse questionário visa entender melhor a percepção dos competidores e expectadores do campeonato brasileiro de Jiu Jitsu No-Gi de 2016.

Serão considerados respondentes aptos, competidores e expectadores presentes no dia do evento do campeonato brasileiro No-Gi de 2016 ou competidores e expectadores de pelo menos uma competição de Jiu Jitsu realizada no DF em até 1 ano atrás, ou seja, 12 de junho de 2015.

Os nomes dos respondentes serão considerados confidenciais.

De ante mão, me coloco a total disposição, agradeço a participação.

Peço que ao responder esse questionário você tenha atenção ao preenchimento e o faça com seriedade, a fim de evitar viéses na pesquisa e a desqualificação da mesma.

**Respondendo esse questionário você garante sua participação no sorteio de 1 (um) passeio de Fly Board de 30 minutos.**

Aluno: Felipe Giuliani de Couto Paraguassu

Professora Orientadora: Doutora, Patrícia Guarnieri

Orientação geral: Responda as perguntas baseando-se na sua experiência de participação no evento ou em algum que você esteve presente. Utilize da escala, quando necessário, em que:

- 1 – Não concordo totalmente
- 2 – Não concordo parcialmente
- 3 – Neutro
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

**\*\*Obrigatório**

**\*\*1.** Você é:

- 1. Professor (    );
- 2. Aluno/praticante (    );
- 3. Outro: \_\_\_\_\_.

**\*\*2.** No campeonato brasileiro No-Gi de 2016, você é:

- 1. Expectador (    );
- 2. Competidor (    );
- 3. Outro: \_\_\_\_\_.

**\*\*3.** Qual sua faixa de graduação:

1. Preta ( );
2. Marrom ( );
3. Roxa ( );
4. Azul ( );
5. Branca ( );
6. Outro: \_\_\_\_\_.

**\*\*4.** Qual sua idade:

1. Abaixo de 18 ( );
2. 18 a 29 anos ( );
3. 30 a 35 anos ( );
4. 36 a 40 anos ( );
5. 41 a 45 anos ( );
6. Acima de 45 anos ( ).

**\*\*5.** Quantos campeonatos de Jiu Jitsu você compareceu como expectador nos últimos 12 (doze) meses?

1. Nenhum ( );
2. 1 a 3 eventos ( );
3. 4 a 6 eventos ( );
4. Mais de 6 eventos ( ).

**\*\*6.** Quantos campeonatos de Jiu Jitsu você participou como competidor nos últimos 12 (doze) meses?

1. Nenhum ( );
2. 1 a 3 eventos ( );
3. 4 a 6 eventos ( );
4. Mais de 6 eventos ( ).

**\*\*7.** Como você ficou sabendo do campeonato? (Escolha apenas uma opção):

1. Whatsapp ( );
2. Facebook ( );
3. Instagram ( );
4. Material impresso ( );
5. Indicação direta da academia ( );
6. Indicação direta de amigos ( ).

**\*\*8.** No geral, a divulgação dos campeonatos de Jiu Jitsu promovidos no DF, é/foi:

1	2	3	4	5
<b>Péssimo</b>	<b>Regular</b>	<b>Média</b>	<b>Adequada</b>	<b>Excelente</b>

**\*\*9.** No geral, o processo de inscrição dos campeonatos de Jiu Jitsu promovidos no DF, é/foi:

1	2	3	4	5
<b>Péssimo</b>	<b>Regular</b>	<b>Média</b>	<b>Adequada</b>	<b>Excelente</b>

**\*\*10.** Normalmente, eu consigo perceber que a estrutura do campeonato estava melhor por causa de outras empresas que participaram na sua produção. (Exemplo: Seguranças, limpeza, tendas e outros).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*11.** Em geral, eu acredito que os campeonatos possuem materiais e componentes encontrados em sua estrutura que são adequados e que atendem às necessidades. (Exemplo: Tamanho do tatame, equipamentos de som, equipamentos de luz, equipamentos de vídeo, e outros).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*12.** Normalmente, eu acho que os eventos estão bem preparados para alguma interrupção que eventualmente pode acontecer durante a promoção do campeonato. (Exemplo: Acabar a energia prejudicando a contagem dos pontos, falha no som, etc).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*13.** Eu acredito que a organização de campeonatos de Jiu Jitsu, normalmente, fazem a melhor escolha das empresas fornecedoras, uma vez que percebo que os componentes da estrutura possuem bons aspectos em geral. (Exemplo: Tendas, seguranças, tatame, banheiros. Som, multimídia e outros).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>



**\*\*14.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu é uma estrutura de ponta. Ex.: Espaço para ativação das marcas patrocinadoras, espaço chill out (para descanso e sonecas), espaço atleta (banheiros exclusivos, banheira de gelo e massagistas a disposição), suporte musical e visual para entradas dos atletas finalistas como fumaça, lasers e som de entrada, Dj nos intervalos, espaço para massagem, etc.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*15.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu é o tipo de tatame. Ex.: Tatame 2x1 do tipo profissional ao invés que o comum 1x1 do tipo EVA, normalmente utilizado.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*16.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu são os aspectos ligados a comunicação. Ex.: Lutas ao vivo via streaming, gravação de todas as lutas para revenda, página no facebook com alcance nacional, filmagem do evento, etc;

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*17.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu é uma premiação atrativa. Ex.: Parcerias com nutricionistas esportivos, lojas de suplementação alimentar, premiação em dinheiro alta, medalhas diferenciadas, vestuário e artigos esportivos, etc.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*18.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu são os sorteios e promoções.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*19.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu são que os horários das lutas ocorram da forma como prevista no cronograma divulgado. Ex.: Evento sem atrasos, etc.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*20.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu é a limpeza do espaço. Ex.: Banheiros, arquibancada, lixeiras espalhadas e de fácil acesso.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*21.** Normalmente, uma das decisões importantes para eu escolher participar de um campeonato de Jiu Jitsu são as atividades paralelas a competição. Ex.: Rodas de discussão, atividades fitness aplicadas ao Jiu Jitsu, treinões inter equipes, seminários Gi e No-Gi, etc.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*22.** Eu considero importante, a disponibilidade de transporte ao evento e, caso não seja a minha cidade de residência, as opções de acomodação.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*23.** Normalmente, eu percebo que, à medida que há um maior número de inscritos nos campeonatos que participarei, o seu valor aumenta.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*24.** Em geral, eu percebo que, os materiais tecnológicos utilizados pelos campeonatos de Jiu Jitsu estão adequados com o tamanho da sua estrutura. Ex.: Sistema de som audível, telões para visualizações de resultados, materiais de comunicação entre o pessoal da produção, recursos de luzes).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*25.** Em geral, eu encontro facilmente alguém da organização do campeonato disposto a ouvir caso eu necessite fazer alguma reclamação.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*26.** Geralmente, eu percebo que a empresa/federação/entidade organizadora do campeonato possui planos de contingências caso haja alguma emergência, como, desastre ambiental, ataque terrorista, incêndios e outras.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*27.** Normalmente, eu percebo que parte da estrutura dos campeonatos são reutilizada em outros eventos.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*28.** Normalmente, eu percebo que um evento se preocupa com os resíduos deixados no espaço, disponibilizando boa quantidade de lixeiras e as separando por tipo de material (metal, plástico, restos orgânicos e outros).

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*29.** Geralmente, eu valorizo mais um campeonato em que percebo que houve maior preocupação com aspectos ambientais.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*30.** Normalmente, quando eu retorno a um evento produzido pelos mesmo organizadores, eu consigo perceber que houve uma melhora em pontos que anteriormente eram percebidos como deficitários.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*31.** Geralmente, caso eu retorne ao local do evento após o seu encerramento, eu percebo que o ambiente se manteve limpo e organizado como antes da exibição.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*32.** Normalmente, eu percebo uma preocupação da organização do campeonato em saber minha percepção do seu evento, quanto aos aspectos de satisfação e qualidade.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*33.** No geral, avalio que a quantidade e disposição dos tatames atende o evento de forma satisfatória.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*34.** No geral, eu percebo que os coordenadores das lutas (responsáveis pela chamada e direcionamento dos lutadores ao tatame) se preocupam em manter o cronograma no horário.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*35.** No geral, eu percebo que os coordenadores das lutas (responsáveis pela chamada e direcionamento dos lutadores ao tatame) se preocupam com minha saúde e bem estar a medida que a luta acaba.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*36.** No geral, considero que os locais escolhidos para os campeonatos são de fácil acesso.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*37.** Avalio como adequada a escolha do espaço para o evento.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*38.** Em geral, percebo que há meios adequados para pessoas com necessidades especiais acessarem ao local e se locomoverem no evento.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*39.** Normalmente, as pessoas da organização estão bem destacadas, de fácil acesso e bem distribuídas no local do evento.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*40.** Considero que a disposição das arquibancadas me permitem ter uma boa visão das lutas que tenho interesse.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*41.** Em geral, eu me sinto seguro nos eventos de Jiu Jitsu que frequento não vendo a necessidade de aparato de segurança adicional como segurança particular ou apoio da Polícia Militar.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*42.** No geral, considero a quantidade e higiene dos banheiros adequada.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*43.** Geralmente, percebo que o local destinado à alimentação atende a demanda, é limpo e organizado.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*44.** Em geral, avalio que a execução das lutas ocorre de forma organizada.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>



**\*\*45.** Em geral, avalio minha experiência nos campeonatos de Jiu Jistu promovidos em Brasília como positiva.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

**\*\*46.** Considero o evento preparado para atender os primeiros socorros de alguma eventual emergência médica séria.

1	2	3	4	5
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>